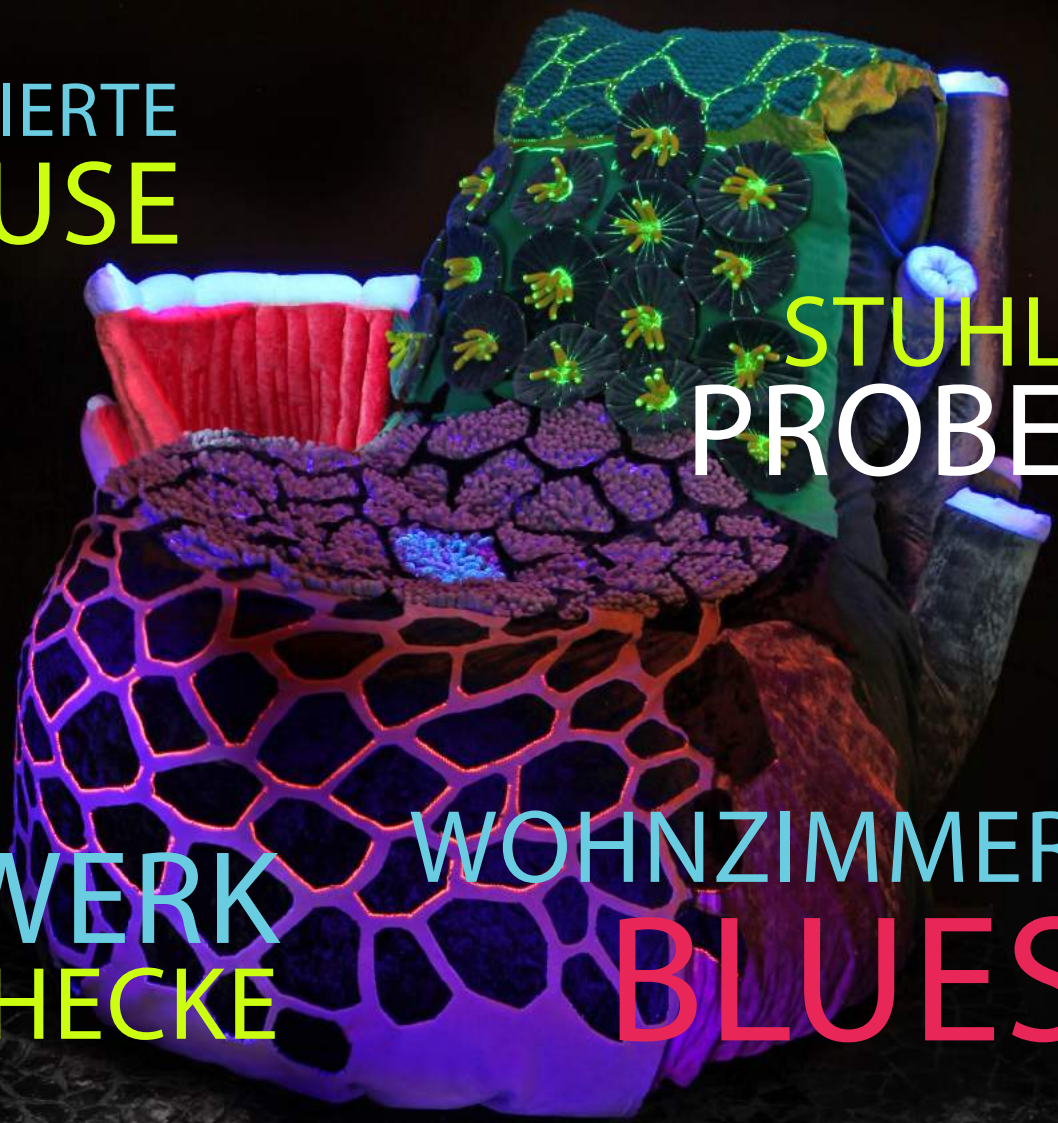
NO. 6, MÄRZ 2019

weft



DOMESTIZIERTE
FLANEUSE

STUHL
PROBE

WENIGER
IST
MEHR

NETZWERK
FERNSEHECKE

WOHNZIMMER
BLUES

WER
BIN ICH?

WIE
WOHNEN?

ISSN 2364-9704
06
9 772364 970404

IMPRESSUM

Die digitale Zeitschrift WEFT entsteht aus Seminararbeiten von Studierenden im Fachbereich Vermittlung und Didaktik des kulturwissenschaftlichen Zwei-Fach-Bachelor Studienganges Mode-Textil-Design Studien an der Universität Paderborn.
In der vorliegenden Ausgabe erscheinen Artikel aus den Seminaren „Wie wohnen?“ (Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl) und „Fashion at Home“ (Anna Kamneva) sowie ausgewählte Beiträge des interdisziplinären Arbeitstreffens „Wie wohnen?“, das am 2. Februar 2018 an der Universität Paderborn stattfand.

Mit Beiträgen von:
Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl, Dr. Monique Miggelbrink, Anna Kamneva, Maike Hübner, Irka Glock, Cathrin Spönemann, Sarah Ochwat, Katharina Kaiser, Saskia Detmar, Hannah Beckmann, Davina Sterzer, Catharina Holziger, Alicia Jablonski, Judith Morck, Beke Kröger, Gizem Özyurt, Maike Hübner, Anna Scheidtweiler, Hannah Beckmann, Irka Glock, Leonie Friedsam.
Videobeitrag auf YouTube: Sophia Blanke.

Herausgeberin: Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl
Redaktionelle Leitung: Anna Kamneva
Redaktion: Sophia Blanke, Irka Maria Glock, Judith Morck
Layout und Satz: Nathalie Willner; Gastlayouts von Sophia Blanke, Irka Maria Glock, Judith Morck
Lektorat: Sophia Blanke, Irka Maria Glock, Anna Kamneva, Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl, Judith Morck

Cover: Mira Falke, Korallensessel 2018, Foto: Adelheid Rutenburges

ISSN 2364-9704

INHALTSVERZEICHNIS

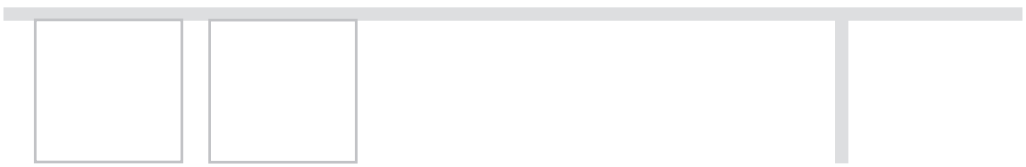
Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl
Je mehr, desto besser – weniger ist mehr
Wie viel Textil braucht man zum Wohnen? 12

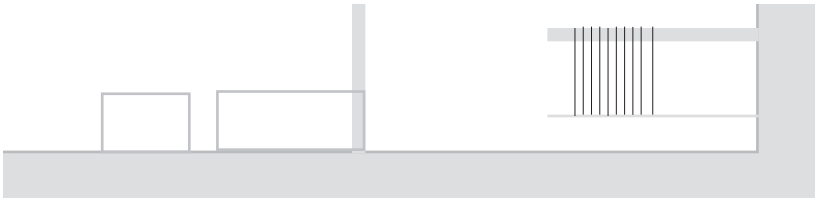
Dr. Monique Miggelbrink
Netzwerk Fernsehecke 30

Anna Kamneva
Unveränderlich, mobil, kombinierbar
Raumzeitliche Verschränkungen von Kleidung und Möbeln 50

Maike Hübner
„Wer bin ich?“
ANThropomorphe Zimmereinrichtung und Textilien 68

Irka Maria Glock
Der Thonet-Stuhl Nr. 14
Zwischen Biegen und Brechen, Eleganz und Konsum 78





Sarah Ochwat, Cathrin Spönemann
Stuhlprobe
Welche Begriffe aus der Sitzecke sind das denn? 93

Katharina Kaiser
Raus aus der Schürze?..... 98

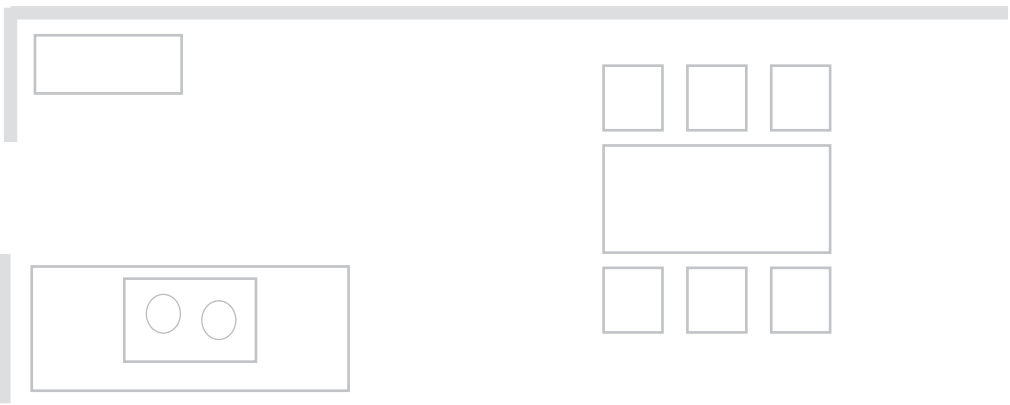
Saskia Detmar
In Cage..... 108

Hannah Beckmann
Der Couturier und seine (Haus-)Regeln..... 109

Davina Sterzer
Paderborn hängt durch..... 115

Catharina Holzinger
Ent-Wohnen..... 117

Catharina Holzinger
Klomage an ein „Frühstück im Grünen“..... 125



Alicia Jablonski
Wohnzimmer-Blues..... 126

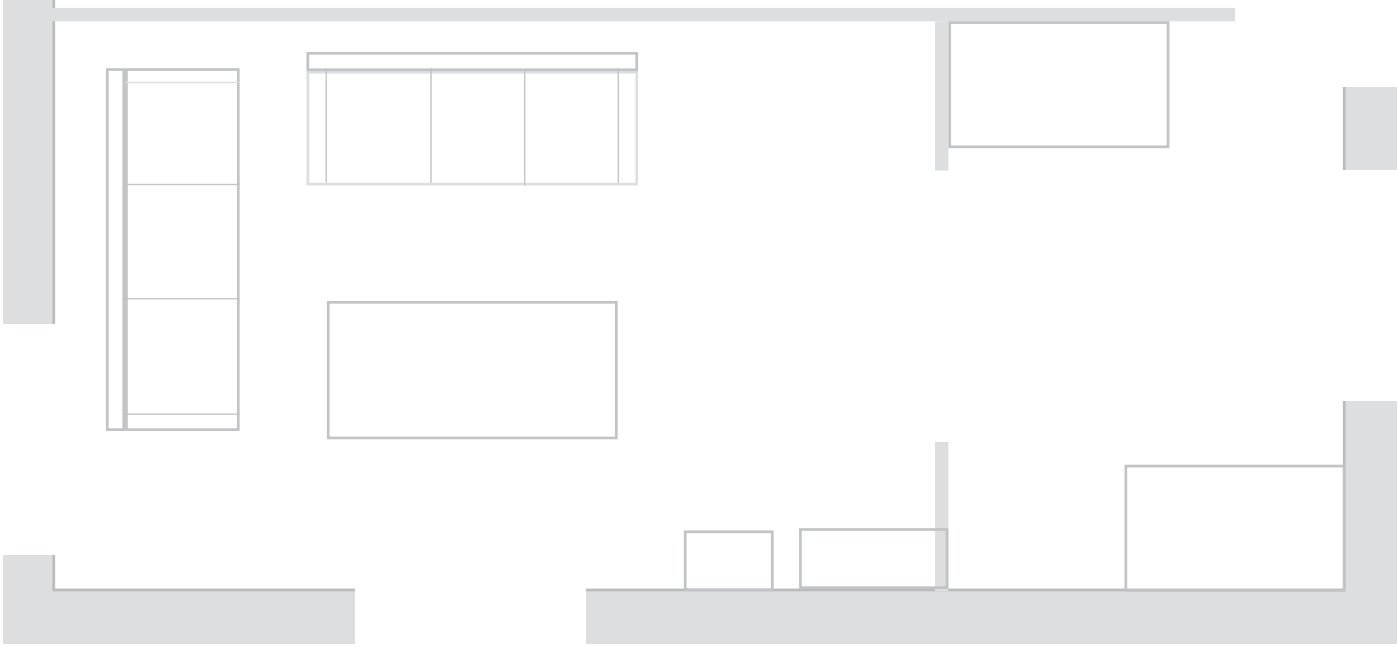
Judith Morck
Eine Szene im Möbelhaus..... 135

Beke Marie Kröger
My home is my castle..... 139

Gizem Özyurt
Wohn-Couture..... 145

Maike Hübmer
Domestizierte Flaneuse..... 147

Anna Scheidtweiler
Es rappelt im Karton..... 166



Hannah Beckmann
„Das soll ein Kleid sein?“
Verhülltes Bauwerk lässt Raum entstehen..... 178

Irka Maria Glock
Die perturbierte Fassade
Das andere Gesicht von Architektur und Mode..... 186

Leonie Friedsam
Die Fassade bröckelt..... 200

Hannah Beckmann
Wall of Fashion..... 206

Anna Kamneva, Judith Morck
Buchbesprechung: „Textil & Raum
Visuelle Poetologien in
Gustave Flauberts ‚Madame Bovary‘ “ von Kathrin Fehringer 214

Editorial

WIE WOHNEN?

VON TEXTIL AUS VERNETZTES HAUSEN AN DER SCHNITTSTELLE VON MODE, DESIGN, ARCHITEKTUR, MEDIEN UND TECHNIK

---

von Iris Kolhoff-Kahl und Anna Kamneva

Der Haut und dem Häuten, dem Haus und dem Hausen, dem Kleid und dem Kleiden geht voraus, dass der Mensch nicht nur ein Wandernder, sondern vor allem auch ein Wohnender ist.[1] Wohnen ist eine Lebenskunst, die sich in allen Hüllen widerspiegelt, mit denen sich der Mensch umgibt (Abb. 1). Denn ein Zuhause ist nicht zu kaufen, man muss es sich schaffen. Und wer unbehaust ist, gilt heute noch als arm und teilweise als rechtlos. Bereits 1944 verkündete der sich im Exil befindende Philosoph Theodor Adorno das Ende des Hauses, an dessen Stelle Nomadenhütten und Wohnwagen treten.[2] Da die Verknüpfung zwischen dem Wohnen und dem Haus sich in den Zeiten der Flucht und der Migration vor dem Hintergrund der Globalisierung immer weiter lockert, stellt sich die Frage, welche Artefakte und Praktiken heute noch für das Wohnen unabdingbar sind. Ausgehend vom Textilen, das Menschen seit Urzeiten in Form von Kleidung und Wohngegenständen zur Gestaltung des Alltagslebens verwenden, fragt die vorliegende Ausgabe: Wie textil wohnen wir heute? In welchen Formen, Dingen, Strukturen begegnen uns textile Hüllen?

Architekturtheoretiker schreiben über historische Kostüme der Häuser[3] und vergleichen die Fassadenkleidung mit der menschlichen Physiognomie. Gottfried Semper sah das Textile als Ursprung der Architektur an und das Weben (von lat. texere) als eine der frühesten Techniken, um Prozesse zum Stillstand zu bringen[4] – und Menschen somit zur Seshaftigkeit anzuhalten. Doch während die rigide Mauer Stillstellung verkörpert, steht die flexible Leinwand des textilen Zeltes für eine

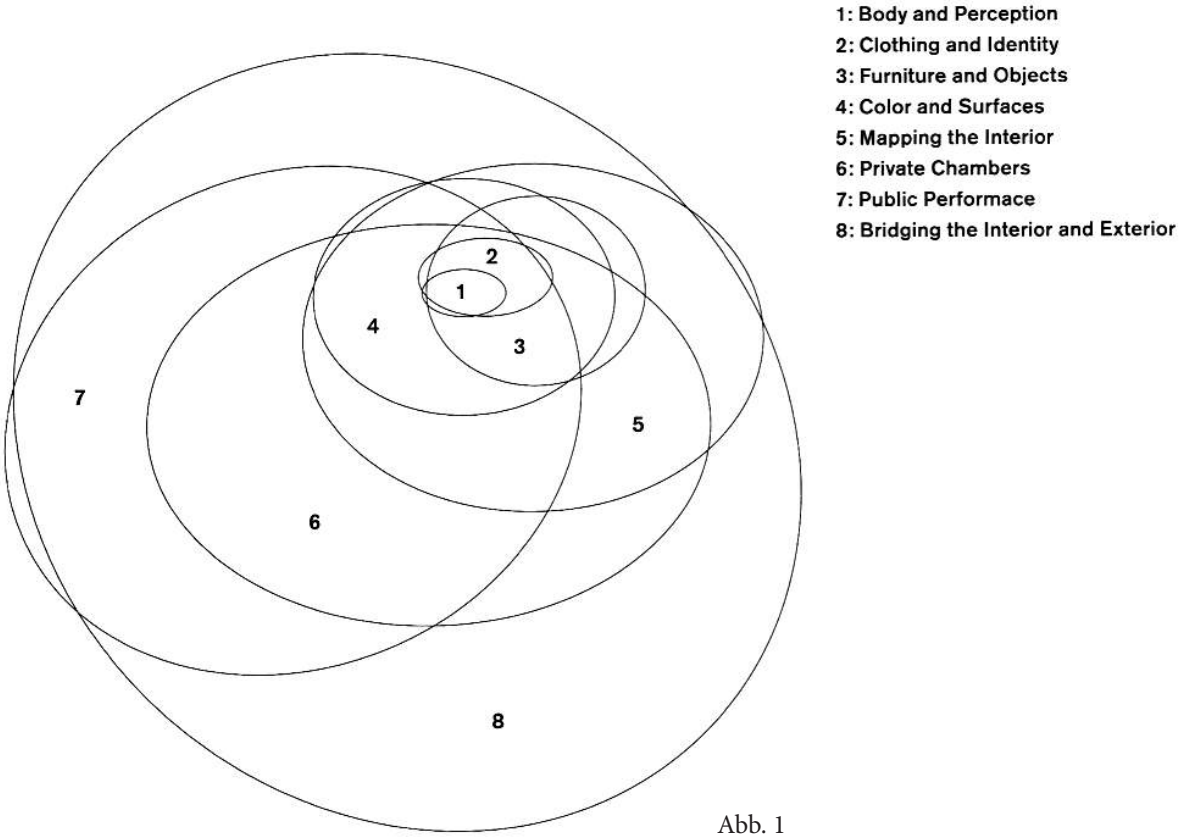


Abb. 1

dynamische Struktur.[5] In dieser material- und technikimmanenten Wechselbeziehung zwischen Verfestigung und Verflüssigung verkörpert das Textile einerseits die radikal orthogonale Struktur des Grids als Ankerpunkt des modernen Fortschritts.[6] Andererseits entspricht das textile Schaffen im Erzeugen rekursiver Handlungen der postmodernen Reflexivität und schlägt sich in der daraus hervorgegangenen Technik nieder. Die Verbindung zwischen Textilien, Medien und Technik, nachvollzogen über die Entwicklung der Hardware vom Jacquardwebstuhl, über die Rechenmaschine Analytical Engine, zum Computer, gipfelt in der (vermeintlich) nahtlosen Integration von smarten Textilien, High-Tech-Möbeln, intelligenten Häusern, Wohnmaschinen, Rauminstallationen im Cyberspace in den häuslichen Kontext. Textile und technische Wohnobjekte teilen aufgrund ihrer Omnipräsenz im Wohnalltag die Neigung zum Blackboxing – der Vernachlässigung interner Komplexität, bedingt durch Selbstverständlichkeit erfolgreicher Nutzung[7] –, wobei sich Textilien wegen ihrer scheinbaren Banalität und die Technik aufgrund ihrer trügerischen Verlässlichkeit einer Durchdringung entziehen.

Somit ist es essentiell, sich der Technisierung, der Medialisierung, der Mobilisierung und der Vernetztheit des Wohnens in einer kritischen Auseinandersetzung mit den darin eingeschrieben Handlungen, Techniken, Prozessen, ästhetischen Wahrnehmungsmustern, Visionen und Ängsten anzunähern. Dabei sollen Möglichkeiten und Grenzen vernetzter Technik in den Wissensfeldern der Kunst, Architektur, Philosophie, Kulturwissenschaft,

Soziologie, Technik- und Medienwissenschaft auf ihre funktionalen und gesellschaftlichen Auswirkungen auf die Normative des Wohnens hin befragt werden: Wie werden in der heutigen Wohnkultur neue Wahrnehmungsmuster gebildet, Zeit- und Raumstrukturen erzeugt und Grenzen zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen ausgelotet?[8]

Mit dem Fokus auf Textilien als Ausgangs- und Ankerpunkt beleuchtet die Ausgabe folgende Aspekte des vernetzen Wohnens, wobei die meisten Beiträge sich in mehrere thematische Kategorien eingliedern lassen und innerhalb des digitalen Heftes mit entsprechenden Tags versehen sind:

Mit Textilodischodernobiledial WOHNEN...

Die Eröffnungsbeiträge entstanden im Rahmen des interdisziplinären Arbeitstreffens „Wie Wohnen?“, das am 02.02.2018 an der Universität Paderborn abgehalten wurde (Abb. 2), basierend auf der Leitidee, dass textiles Einrichten immer zugleich textiles Netzwerken ist. Ausgehend von der anthropologischen Neigung zum textilen Hausen schlüsselt Iris Kolhoff-Kahl die Oszillation der textilen Wohngestaltung zwischen Reduktion und Überfluss nach der Faustregel „Weniger ist mehr, aber mehr ist lustiger“ auf. Monique Miggelbrink untersucht mithilfe von Tools der Akteur-Netzwerk-Theorie den Zusammenschluss textiler und technischer Akteure rund um das Fernsehgerät in bundesdeutschen Wohnzimmern der 1950er/60er Jahre. Raumzeitliche Verschränkungen von Modezyklen von Kleidern und Möbeln vor dem Hintergrund des Modewandels stehen im Fokus des Artikels von Anna Kamneva. Die Beiträge von Studierenden, die im Rahmen der Seminare „Wie wohnen?“ (Leitung: Prof. Dr. Iris Kolhoff-Kahl) und „Fashion at Home“ (Leitung:

weft

UNIVERSITÄT PADERBORN
Die Universität der Informationsgesellschaft

WIE WOhnen?

Abb. 1

INTERDISZIPLINÄRES ARBEITSTREFFEN AN DER SCHNITTSTELLE VON MODE, KUNST, TEXTILDESIGN UND MEDIEN (UNI PADERBORN H7.130 & H7.140)

Anna Kamneva) entstanden sind, visieren zunächst einzelne Wohngegenstände an. Maike Hübner untersucht den vermeintlich banalen Kleiderhaken und macht auf seine Handlungsmacht im Zusammenspiel von Mensch, Tür und Kleidungsstück aufmerksam. Irka Glock erforscht die geschichtlichen, ökonomischen und designtheoretischen Hintergründe der Transformation des Kaffeehausstuhls Thonet zum modernen Einrichtungsklassiker. Cathrin Spönemann und Sarah Ochwat verweisen mit ihrem Bilderrätsel zur Stuhl-Probe spielerisch auf die verschiedenen Arten des Sitzens.

Mit Kleidung und Textilien als zweite Haut, die als Schnittstelle zur Außenwelt den Körper nicht nur vernetzen und erweitern, sondern auch fesseln und insbesondere im häuslichen Bereich praktisch und symbolisch einengen kann, setzen sich Katharina Kaiser, Saskia Detmar und Hannah Beckmann vor dem Hintergrund der Genderfrage auseinander. Kaiser befragt kritisch auf Grundlage eines Zeitzeugeninterviews, ob das Ablegen der Schürze in den 1960er Jahren eine bewusste emanzipatorische Geste war. Detmar inszeniert in ihrem Fotobeitrag unter dem Titel „InCage – Dressed naked“ vestimentäre Verhüllung und Enthüllung zwischen Freiheit und Beklommenheit. Beckmann schildert die Problematik des Modediktats, ausgehend von der Macht des männlichen Couturiers in der Gestaltung der weiblichen Hauskleidung im 19. Jahrhundert, und entdeckt das Befrei-

ungspotenzial des für die Straße bestimmten Haus- bzw. Joggінganzugs der 2000er Jahre. Zwischen Heim und Straße, dem Privaten und dem Öffentlichen sind die Artikel zum mobilen Wohnen verortet. Für ihre ironische Skizze „Paderborn hängt durch?“ stellte Davina Sterzer in der Paderborner Innenstadt eine Hängematte auf und beobachtete das Verhalten der Passanten: Nimmt jemand Platz, um sich in der Öffentlichkeit häuslich zu entspannen? Catharina Holzinger berichtet über das Ent-Wohnen verschiedener Studierender, die an mehreren Orten zugleich – oder gar an Transitorten wie in Wohnmobilen oder Zügen – leben, und untersucht unter besonderer Berücksichtigung ihrer textilen Begleiter, was das mobile Hausen wohnlich macht. In ihrer daran anschließenden Fotoinstallation parodiert sie Édouard Manets Gemälde „Frühstück im Grünen“, indem sie die berühmte Picknickszene in eine Universitätstoilette verlegt.

Der weitere Themenblock beschäftigt sich mit der Verschränkung des Interieurs mit dem Innenleben des Wohnenden und ist alltagsästhetisch-biografisch aufgeladen. Alicia Jablonski stellt sich die Frage, warum ihr das blaue Familienwohnzimmer in den 1990er Jahren Unbehagen bereitete und verarbeitet ihre Assoziationen in der Auseinandersetzung mit historischen Interieur-Gesamtkunstwerken in Blau seit dem 18. Jahrhundert. Judith Morck schreibt ein fiktionales Drama um die erste gemeinsame Wohnung: Endet der Streit um den Möbelkauf in einer Katastrophe oder gibt es ein Happy End? In der Fotoreihe „My Home is my Castle“ schlüpft Beke Kröger in unterschiedliche Herrscherrollen – Napoleon, Marie Antoinette, Heinrich VIII – und stellt die ikonischen Portraits in ihrer Studentenwohnung, ausgestattet mit alltäglichen Machtinsignien wie Küchenmesser oder Toilettenbürste, nach. Gizem Özyurt entdeckt in ihrem Fotobeitrag das Transformationspotential und die überraschende Kleidsamkeit der Wohntextilien.

Der letzte Block beinhaltet Beiträge zur Erweiterung des Wohnaspektes um Hüllen und Kapseln, die mithilfe neuer medialer Technologien die Grenzen von Innen und Außen überschreiten. Maike Hübner beschreibt den Entwicklungsweg des flanierenden Müßiggängers in der Großstadt des 19. Jahrhunderts hin zur postmodernen Online-Flaneuse, die ihre Einkäufe im Internet erledigt. Anna Scheidtweiler vergleicht die Erfahrung des Online-Shoppings mit dem Gedankenexperiment von Schrödingers Katze zur Beschreibung des unbestimmten Produktzustandes in der liminalen Zone zwischen Heim und Virtualität. Weitere Artikel sind an der Schnittstelle zwischen Mode und Architektur angesiedelt und zeichnen Parallelen zwischen unserer zweiten und dritten Haut nach. „Soll das ein Kleid sein?“, fragt Hannah Beckmann und berichtet in ihrer Reportage von der documenta 14 von textil verhüllten bzw. verschleierten Gebäuden. Irka Glock vergleicht die Methode des Dekonstruktivismus in Architektur und Designermode. Leonie Friedsam lässt in ihren Fotocollagen menschliche und häusliche Fassaden, Gesichter und Außenwände, verschmelzen. In Hannah Beckmanns abschließendem Beitrag wird die Hausfassade zum virtuellen Laufsteg und somit zur medialen Projektionsfläche, die den analogen vestimentär-modischen Raum um neue Dimen- sionen digital erweitert. Schließlich verweisen Anna Kamneva und Judith Morck in ihrer Rezension zu Katrin Fehringers Buch „Textil & Raum. Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts Madame Bovary“ auf das Potential des Textilen, intermediäre, fach- und disziplinübergreifende Verbindungen zu schaffen.

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Bollnow, Otto: Mensch und Raum. Kohlhammer. Stuttgart 1971.
2 Vgl. Adorno, Theodor W.: Minima Moralia. Suhrkamp. Frankfurt a. M. 2003, S. 42.
3 Vgl. Giedion, Sigfried: Raum, Zeit, Architektur: Die Entstehung einer neuen Tradition. O. Maier. Ravensburg 1965, S. 138.
4 Vgl. Semper, Gottfried: Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten oder praktische Aesthetik. Textile Kunst, Bd. 1. Verlag für Kunst und Wissenschaft. Frankfurt a. M. 1860, S. 227.
5 Vgl. Flusser, Vilém: Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design. Steidl. Göttingen 1993, S. 46.
6 Kraus, Rosalind: Grids. In: October, Nr.9, 1979, S.50-64 (http://isites.harvard.edu/fs/ docs/icb.topic1050153.files/Grids_Rosalind%20Krauss.pdf, 08.08.2015).
7 Vgl. Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Suhrkamp. Frankfurt a. M. 2002, S. 373.
8 Vgl. Wiescholek, Sybille: Textile Bildung im Zeitalter der Digitalisierung. Vermittlungschancen zwischen Handarbeit und Technisierung. Transcript. Bielefeld 2019.

LITERATURVERZEICHNIS

Adorno, Theodor W.: Minima Moralia. Suhrkamp. Frankfurt a. M. 2003.
Bollnow, Otto: Mensch und Raum. Kohlhammer. Stuttgart 1971.
Flusser, Vilém: Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design. Steidl. Göttingen 1993.
Giedion, Siegfried: Raum, Zeit, Architektur: Die Entstehung einer neuen Tradition. O. Maier. Ravensburg 1965.
Kraus, Rosalin: Grids. In: October, Nr.9, 1979, S.50-64 (http://isites.harvard.edu/fs/ docs/icb.topic1050153.files/Grids_Rosalind%20Krauss.pdf, 08.08.2015).
Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Suhrkamp. Frankfurt a. M. 2002.
Semper, Gottfried: Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten oder praktische Aesthetik. Textile Kunst, Bd. 1. Verlag für Kunst und Wissenschaft. Frankfurt a. M. 1860.
Wiescholek, Sybille: Textile Bildung im Zeitalter der Digitalisierung. Vermittlungschancen zwischen Handarbeit und Technisierung. Transcript. Bielefeld 2019.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1 Quelle: Weinthal, Lois (Hg.): Toward a new Interior. An Anthology of Interior Design Theory. Princeton Architectural Press. New York 2011, S. 10.
Abb. 2 Interdisziplinäres Arbeitstreffen „Wie wohnen?“, Paderborn 02.02.2018. Bild: Ausschnitt „When We Were Exhaling Images“ (2017), Hiwa K, documenta 14 Kassel Friedrichsplatz, Foto: Alicia Jablonski.

JE MEHR, DESTO BESSER

WENIGER IST MEHR

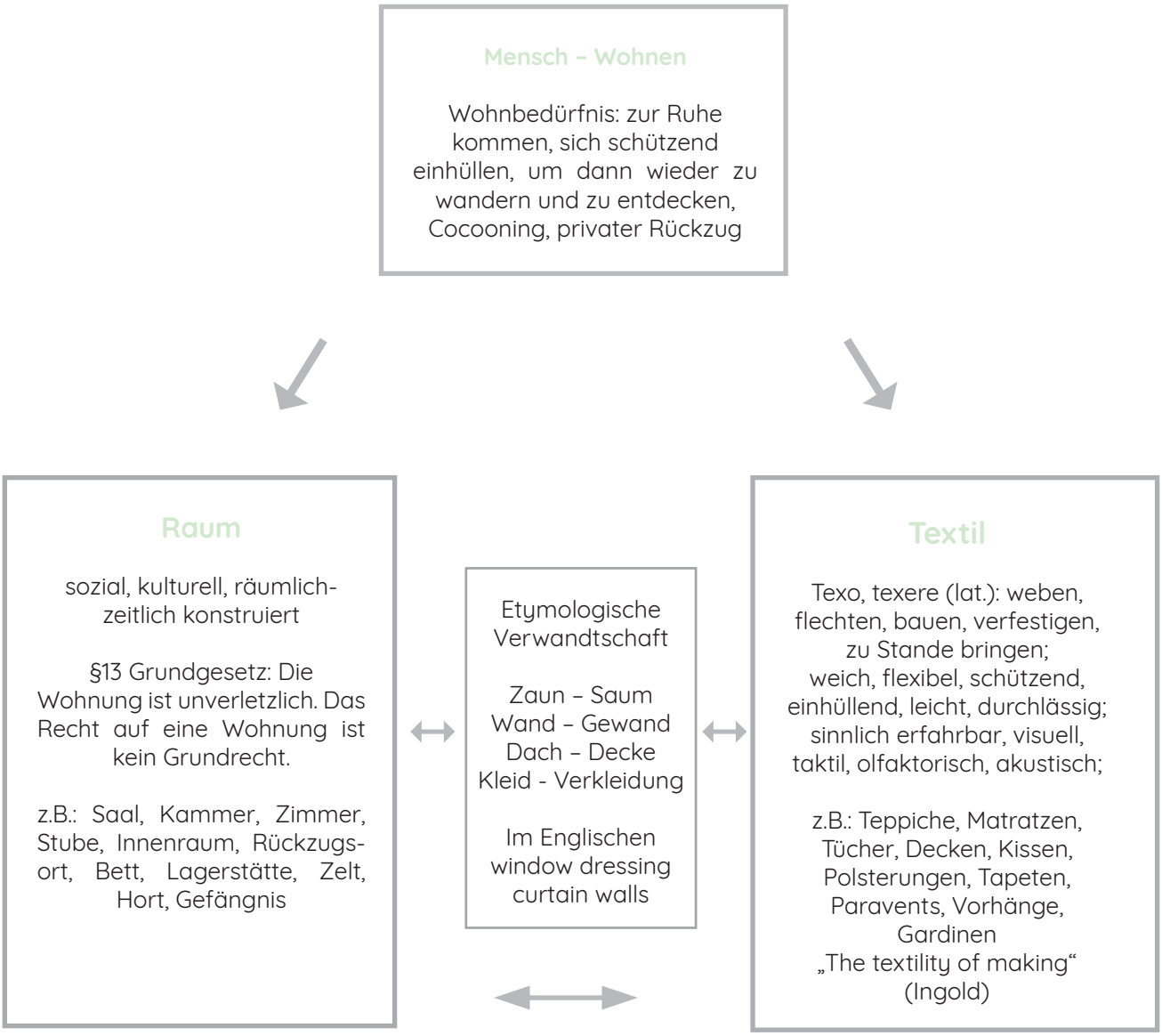
WIE VIEL TEXTIL BRAUCHT MAN ZUM WOHNEN?

VON IRIS KOLHOFF-KAHL

Wie textil wohnen wir?

Wie textil wohnen wir oder wie viel Textil brauchen wir zum Wohnen? „Je mehr Textilien, desto besser“ oder gilt eher „Weniger Textil ist mehr“? Welche kulturanthropologischen Wirkungen löst textiles Material beim Wohnen in Räumen aus? In dem dreigliedrigen Bezugsfeld von Mensch/Wohnen, Raum und Textil bewegt sich dieser Beitrag.

Ich werde versuchen aufzuzeigen, wie das Textile existenzielle Wohnbedürfnisse des Menschen versinnbildlicht, wie es als Medium anthropozentrische Selbstbeschreibungen, soziale Praktiken und symbolische Formen kommuniziert. Darüber hinaus dokumentiert es als ein vielschichtiges Zeugnis, wenn auch in Form eines sehr vergänglichen Gestaltungselements, die ge*wohn*te Kulturgeschichte.[1]


Mensch – Wohnen
Wohnbedürfnis: zur Ruhe kommen, sich schützend einhüllen, um dann wieder zu wandern und zu entdecken, Cocooning, privater Rückzug
Raum
sozial, kulturell, räumlich-zeitlich konstruiert
§13 Grundgesetz: Die Wohnung ist unverletzlich. Das Recht auf eine Wohnung ist kein Grundrecht.
z.B.: Saal, Kammer, Zimmer, Stube, Innenraum, Rückzugsort, Bett, Lagerstätte, Zelt, Hort, Gefängnis
Etymologische Verwandtschaft
Zaun – Saum
Wand – Gewand
Dach – Decke
Kleid - Verkleidung
Im Englischen window dressing curtain walls
Textil
Texo, texere (lat.): weben, flechten, bauen, verfestigen, zu Stande bringen;
weich, flexibel, schützend, einhüllend, leicht, durchlässig;
sinnlich erfahrbar, visuell, taktil, olfaktorisch, akustisch;
z.B.: Teppiche, Matratzen, Tücher, Decken, Kissen, Polsterungen, Tapeten, Paravents, Vorhänge, Gardinen
„The textility of making“ (Ingold)

Das Wort *wohnen* stammt vom gotischen *wunian* ab und bedeutet *bleiben, sich aufhalten, zufrieden, zum Frieden gebracht sein* – und ist eines der menschlichen Grundbedürfnisse, ähnlich wie Essen, Trinken und Kleiden. Jemanden ohne weiches, textiles Material in einen Raum zu sperren, ohne Wärme und Licht, zählt zu den Folterinstrumenten, die vielen vielleicht noch als Gefangenenlager Guantánamo im Gedächtnis weilt. Wohnen bewahrt den Menschen vor Schaden und Bedrohungen, schont ihn vor äußeren Einflüssen, macht Ausruhen, Regenerieren und Rückzug möglich. Und nur, wenn wir das Wohnen vermögen, können wir auch bauen.[2] Der Philosoph Heidegger versteht unter dieser Art von Wohnen ein bei sich sein, vergleichbar mit dem althochdeutschen Wort *buan*, welches die etymologische Sprachwurzel für *bauen* ist und ursprünglich *ich bin* bedeutet. Wohnen ist eine Überlebenskunst, die sich in allen Hüllen widerspiegelt, mit denen sich der Mensch umgibt, um auf der Erde geschützt leben zu können, als nomadisch Wandernder und sesshaft Wohnender.[3] Wer unbehaust oder ungeschützt ist, gilt heute noch als arm und teilweise als rechtlos. Im Grundgesetz gilt die Wohnung des Menschen als unverletzlich, aber das Recht auf eine Wohnung ist kein Grundrecht.[4]

Nackte Menschen und nackte Wände sind schutzlos, und kulturanthropologisch betrachtet hat der Mensch schon immer das Nackte geschmückt und verhüllt, um es zu ästhetisieren. Wie eng die Textilien und das Wohnen bzw. der Raum miteinander verknüpft sind, verdeutlichen im Englischen Begriffe wie *curtain walls* oder *window dressing* und die Worte *Wand* und *Gewand*, *Decke* und *Dach*, *Kleid* und *Verkleidung*, *Saum* und *Zaun* haben jeweils ähnlich etymologische Wurzeln. Die strukturelle Besonderheit des textilen Elements ist die enge Verbundenheit zum menschlichen Körper von der Geburt bis zum Grab. Als weiches, flexibles, schützendes, leichtes, einhüllendes und durchlässiges Material, das in erster Linie nicht nur visuell, sondern vor allem sinnlich taktil, olfaktorisch und auch akustisch erfahrbar ist, ist es omnipräsent und schafft enge Bezüge zwischen menschlichem Körper und Raum. Textiles Material versinnbildlicht unsere *Wohnsüchte*[5], weil es bewegungsreagibel, affektgeladen und responsiv ist.[6] In Bezug auf Innenräume, Wände und Möbel bilden die Textilien eine ephemere Architektur, denn sie schaffen weiche und bewegliche Räume in der Interaktion zwischen Bau- und Menschenkörpern. Sie verunklären die bloße Faktizität des nackten Raumes und verhalten sich wie *somatische Marker* (Damasio), weil sie über sinnliche Wahrnehmung das Harte und Begrenzende weich und anschmiegsam machen. Ein hölzernes Bettgestell wird durch Matratzen, Kissen, Federdecken affektgeladen, ästhetisiert und löst intensive körperliche und psychische Gefühle beim Lieben, Gebären, Sterben, Faulenzen, Schlafen, Lesen, Arbeiten, Regieren, Essen, Trinken, Fernsehen, Telefonieren, Chatten, Chillen usw. aus – Tätigkeiten, die Menschen in Faulbetten, Ehebetten, Lotterbetten, Himmelbetten oder auf Kanapees ausführen (indem sie sich wohnsüchtig verhalten).

Das Textile wirkt im Wohnumfeld somit performativ und konstruierend zugleich. Dies zeigt sich schon im Wortursprung: *Textil* leitet sich von den lateinischen Wörtern *texo* bzw. *texere* ab, die im Deutschen mit *weben/flechten/zustande bringen/zusammen fügen/verbinden* übersetzt werden. Es ist eine Eigenart des Textilen, die Tim Ingold in seinem

Aufsatz *The Textility of Making*[7] geprägt hat, womit er den besonderen Prozess des Machens, Erfindens und Schaffens einfängt, den das Textile ausmacht: einerseits im Faden und Knoten, aber auch in der Membran, Haut oder dünnhäutigen Wand. Ingold spricht vom s*ympathetischen Textil*, das für ihn extrem taktil, ein Archiv der Muskeltätigkeit des Schaffenden, improvisierend und immer im Werden begriffen ist sowie eine geheimnisvolle Wirkung ausübt. Wenn Menschen mit textilem Material und Techniken im Bereich des Wohnens arbeiten, dann folgen sie dem Material konkret haptisch, weben und wirken ihre Lebensbedingungen hinein und schaffen damit ein *Worlding* oder Körperdenken, im Sinne des Wohnens ein *Cocooning*, eine responsive, schützende Hülle.
Auch Vilem Flusser und Gottfried Semper – letzterer spricht von der Urkunst des Textilen als flächenschaffendes Bauelement – betonen die Besonderheiten der textilen Wand im Gegensatz zur Steinmauer. So formuliert Vilem Flusser über eine Textilie, dass sie für Erfahrungen offen steht, sich dem Wind bzw. dem Geist öffnet und diese Erfahrungen speichert: „Die sich im Wind blähende Zeltwand sammelt die Erfahrung, prozessiert sie und sendet sie aus, und ihr ist zu verdanken, daß das Zelt ein kreatives Nest ist.“[8]
Aufgrund dieser textilen Omnipräsenz im Wohnalltag, aber auch ihrer leichten Vergänglichkeit und Hybridität, neigen Philosophen und Anthropologen manchmal dazu, die Komplexität des weichen Textilen wegen seiner selbstverständlichen Nutzung als minderwertig oder banal im Vergleich zur harten Architektur zu werten. Tatsächlich aber lässt sich am textilen Wohnpendel zwischen *Je mehr, desto besser* oder *Weniger ist mehr* aufzeigen, wie Menschen im Dazwischen dieser beiden Pole äußerst kreativ neue Wohnmuster der idealen Behausung anhand von Teppichen, Tapeten, Vorhängen und Gardinen, Tüchern und Decken, Matratzen, Polsterungen, Kissen, Baldachinen oder Zelten entwerfen und kulturprägend gestalten.

Je mehr, desto besser

Von Geburt an sind Textilien in jeder Kultur vorhanden und hüllen den Menschen ein. Sie ersetzen den Uterus, sorgen für ein zeitweiliges *Cocooning*, übersetzt *Verpuppen*, welches den Menschen vor Gefahren, Klimaeinflüssen oder seelischem Stress bewahrt. Menschen, die eher nomadisch leben, sei es weil sie als Hirtenvolk wirtschaften, obdachlos geworden sind, Campingurlaube bevorzugen, auf der Flucht sind oder sich als Großstadtnomaden verstehen, sind mobil und nutzen die leichten und flexiblen Textilien, um sich kurzweilig Ruhe- und Rückzugsorte zu schaffen. Mit Decken, Tüchern, Mänteln, Kissen, Matratzen oder Zelten erschaffen sie in der urbanen Öffentlichkeit oder in der weiten Natur private Lagerstätten, die leicht wieder aufzulösen und mitzunehmen sind. Der Begriff *Matratze* stammt vom arabischen Wort *matrah* ab und meint die Stelle, an die etwas hin-

geworfen wird, z.B. ein Bodenkissen, auf das man sich legen kann[9] und damit einen privaten Raum besetzt. Der Journalist Ravi Agarwal dokumentierte die ausschließlich textile Verortung der indischen Slum-Bewohner vor den Wolkenkratzern im Gujarat 1999 in seiner Fotoserie eindrucksvoll. Auch Flüchtlinge haben in den letzten Jahren, wie z.B. in Berlin, Oranienplatz (2014), mit Matratzen und Planen für ihre Aufenthaltsgenehmigung demonstriert und improvisierte Schlaflager errichtet, um mit Textilien performativ eine sesshafte Bleibestruktur zu schaffen. Interessanterweise betitelte der Berliner Kurier die Räumung des Platzes durch die Polizei mit der Überschrift „Die Matratzen sind weg, die Flüchtlinge bleiben", obwohl lediglich Plastiksäcke mit Hinterlassenschaften, Schuhe, Planen und Matratzen zu sehen waren, aber keine Flüchtlinge.[10] Matratzen und Flüchtlinge werden hier gleichgesetzt und die textile, leicht hinzuwerfende Matratze steht als Platzhalter, als raumschaffendes Element für den einzelnen Menschen und seine Privatheit, wenn auch in diesem Fall politisch äußerst negativ konnotiert.

In Kulturen, deren Ursprünge nomadisch geprägt sind, wie in vielen arabischen Völkern oder Steppenvölkern z.B. den Mongolen, haben Menschen Zeltkonstruktionen entwickelt, um mit ihren Tierherden zyklisch oder wellenförmig mitziehen zu können. Die Innenräume der Zelte sind in erster Linie mit Textilien ausgestattet, weil diese leicht zusammenzufalten und zu transportieren sind. Teppiche, Kissen, Wandbehänge und Decken strukturieren männliche und weibliche Zeltabschnitte. Die Menschen sitzen nicht auf Stühlen, sondern hocken, kauern oder liegen und sind wie in einer textilen Kapsel vor Hitze, Sturm, Sand, Regen oder Schnee geschützt. Je mehr und je geschmückter die Textilien im Zelt, desto größer das Prestige.

Wenn Menschen mit nomadischem Ursprung sesshaft, also immobil wohnen und in Stein- oder Lehmhäusern leben, bewahren sie sich immer noch ihre üppige textile Herkunft und richten die Räume mit vielen textilen Accessoires ein. Eine türkischstämmige Studentin untersuchte 2011 das Wohnverhalten von türkischen Migranten am Beispiel von Füllers Heide in Paderborn und konnte feststellen, dass auch die Migranten einen viel höheren Anteil an Wohntextilien in ihren Räumen aufwiesen als Bewohner vergleichbarer deutscher Wohnungen. Teppiche, Gardinen, das Ausziehen der Schuhe vor der Türschwelle, Tischtücher und viele Kissen sind kulturelle Zeugnisse einer vormals eher nomadischen Lebensweise, die sich mit dem fremden Wohnmuster in Deutschland verbinden.

Aber auch in sesshaft orientierten Kulturen des westeuropäischen Lebensraumes sind Textilien als Polsterungen, Raumteiler, Wind- und Zugabweiser im Innenraum über Jahrhunderte in großer Fülle präsent. Im Feudalhaushalt des 14. und 15. Jahrhunderts reisten Adelige und Fürsten von Burg zu Burg und nahmen Wandteppiche, Bodenteppiche, Kissen, Matratzen, Bettbehänge, Rücklaken für Bänke etc. mit, um sich in den kalten Räumen mit oft nur einer Feuerstelle vor Zugluft zu schützen. Helmhold bezeichnet diese textilen Polsterungen des Mittelalters als *Mobilia*.[11] Die textilen Mobiliarien sind in dieser Zeit die eigentlichen Raummacher, die demonstrativen Luxus repräsentieren und extrem wandelbar sind.

Im Barock des 17. und 18. Jahrhunderts werden bettenähnliche Möbel, wie Faulbetten, Kanapees und Lotterbetten, vor allem im privaten Chambre- oder Boudoirbereich

Abb. 1.

der Damen, einer Mischung aus Salon- und Schlafzimmer, modern (Abb. 1). Sie ermöglichen kurze Ruhephasen, Krankenbettung, Müßiggang, Sexualität und erotisches Miteinander.[12] Je mehr drapierte Textilien den Raum dekorieren, desto fantasiereicher kann der barocke Raum sich in seiner textilen Materie, aber auch symbolisch als Seele entfalten und wieder zugefaltet werden, wie es Gilles Deleuze in seinem Buch „Die Falte“ (1995) beschreibt. Adelige Frauen wie Männer entwickeln im Barock genderaffine räumliche textile Totalinstallationen, die als Herrschaftsarchitektur im Paradebett seinen Höhepunkt erfährt, von dem aus regiert wird. Das Bürgertum des 19. Jahrhunderts übernimmt vor allem in der Stilvielfalt des Historismus die textile Überladung in die bürgerliche Wohnung auf (Abb. 2). Das wärmende Cocooning entfaltet sich mit Teppichen, Vorhängen und Polsterungen zu vollgestopften Wohnhöhlen als bürgerliche Gemütlichkeit.[13]

In diesem Jahrhundert setzt auch die Kontextualisierung von Textilität, Weiblichkeit und Häuslichkeit im Bürgertum ein. „Die Frau wird zu Beseelerin der Wohnung und des Hauses, wobei das Textile insbesondere als ‚Bekleiden von Objekten’ in Erscheinung tritt“[14], welches mit Häkel- und Klöppelwerken seinen Ausdruck findet. Wie bereits angeführt, beschreibt Walter Benjamin diese Epoche als wohnsüchtig, sodass die Wohnung zum Futteral des Menschen wird. Das Interieur der bürgerlichen Wohnung wird zum Exterieur der Seele und psychoanalytisch gedeutet zeigt sie sich wie ein umgestülpter Handschuh, der das Innere nach außen kehrt. In der Mitte des 19. Jahrhunderts entwickeln William Morris und John Ruskin, Vertreter der englischen Arts and Crafts Movement, eine Gegenbewegung zum textilen Futteral des bürgerlichen Historismus. Aus der Innenausstattung wollen sie ein Gesamtkunstwerk machen, welches den Kriterien des Schönen

Abb. 2

und Nützlichen folgt und möglichst in Unikaten Handwerk und Kunst verbindet. Tapeten, Teppiche und Polsterbezüge verschmelzen in der Wandgestaltung wie ein Tarnmuster. Wohnen wird zum textilen Bild, bzw. die Textilien entfalten sich nicht mehr zu organischen Raumgebilden, sondern passen sich den harten Wand- und Möbelgrenzen an.
Dennoch verschwindet die Liebe der Menschen zu üppigen Polsterungen, Teppichen, Vorhängen im 20. und 21. Jahrhundert nicht ganz. Das deutsche Durchschnittswohnzimmer von 2007, aufgrund von Umfragen von der Werbeagentur Jung von Matt nachkonstruiert, weist einen hohen Anteil textiler Wohnelemente auf (Abb. 3). Auch auf der aktuellen Möbelmesse 2018 in Köln ist zu beobachten, dass die Menschen in voluminösen Sofalandschaften einsinken wollen, Materialien wie Samt und Cord und organische Formen bevorzugen. Um die hektische Außenwelt auszublenden, werden die privaten Innenräume idyllisch gestaltet. Die Firma Bette bietet eine Badewanne an, die mit einem Polyurethan-Gewebe, das sich wie ein wollener Sofabezug anfühlt, in Grau, Grün, Beige oder Schwarz bespannt wird (Abb. 4). Passend zur Badewanne sind auch stoffummantelte Waschtische erhältlich und Sofas ziehen ins Badezimmer ein. Die Stoffe sind wasser- und schimmelabweisend und, so beteuert der Anbieter, ohne Schwierigkeiten abwaschbar.

Industrialisierung, Massenproduktion und Funktionalismus, neue Baustoffe und auch ein sich verändernden Menschenbild im 20. Jahrhundert, das durch die beiden Weltkriege, Frauenemanzipation und Globalisierung geprägt ist, führen um 1900 zu einer De-Textilisierung bzw. einem textilen Minimalismus im Wohnbereich.

Abb. 3

Weniger ist mehr

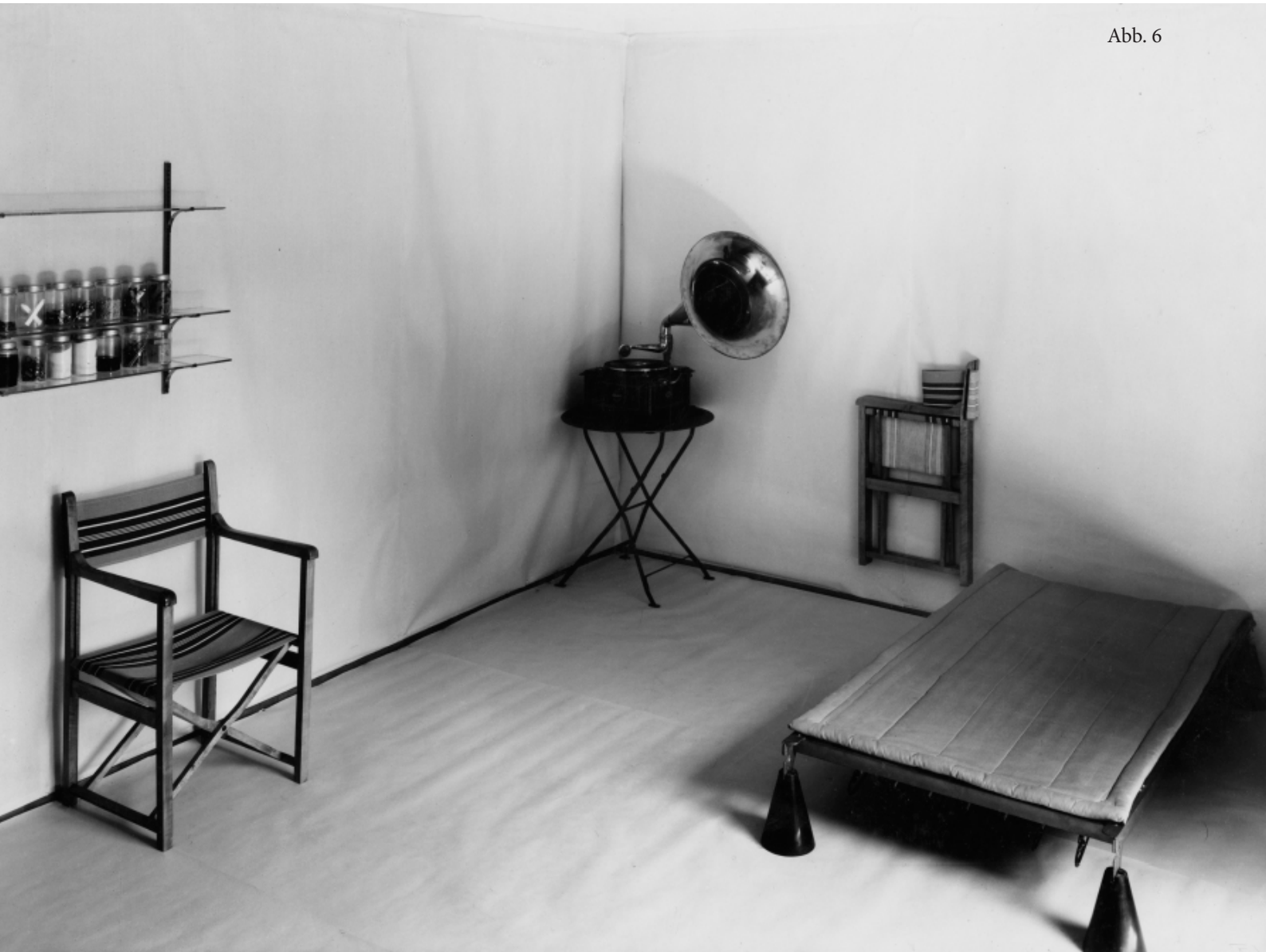
Nach dem Ersten Weltkrieg besteht ein großer Bedarf an Wohnungen.[15] Dieser Bedarf wird flankiert von mehreren kulturellen Umbrüchen: So verändert die Erfindung von Heizungssystemen und elektrischem Licht das Wohnen, weil es dem Menschen ermöglicht, den Wärmekontrollmechanismus seines Körpers auszuweiten.[16] Die Fenster werden größer, die wärmenden Wohntextilien sind nicht mehr existenziell notwendig und werden exteriorisiert. Mit dem Bauhaus entstehen neue Ideen des Wohnens, die sich dem Funktionalismus verschreiben, das Motto *Form follows function* verfolgen und Rationalisierung in die Innenraumausstattung einziehen lassen. Materialien wie Stahlrohr und Bughölzer machen Massenproduktionen möglich und es entstehen Wohnmaschinen, die Menschen in kleinen funktionalen Einheiten übereinander wohnend stapeln. Walter Gropius formuliert dies in seinem Manifest folgendermaßen: „Der moderne Mensch brauche moderne, ihm und seiner Zeit gemäße Wohngehäuse“[17]. Damit wird mit den Prinzipien des Fordismus und Taylorismus, namentlich Massenproduktion von Waren durch Standardisierung der Formen und die Zerlegung von Arbeitsprozessen, eine Ikearisierung des Wohnens eingeleitet. Menschen sollen in Wohnmaschinen leben, in Standardbetten schlafen, Hausfrauen in der Frankfurter Küche – einer auf wenigen Quadratmetern ausgestatteten Arbeits-Einbauküche – scheinbar automatisiert die Familie versorgen. Es entsteht die Idee eines sozialen Wohnungsbaus, dem sich gleichzeitig die Hygienewissenschaft annähert. Der moderne Mensch soll in einem gesunden Körper in einer mit Licht, Luft und Öffnungen

Abb. 5

befreiten Wohnung leben.[18] Die Wohnungen entgrenzen sich immer weiter, die Fenster werden größer, die Außenwelt wird nach innen geholt und ein Wohnen in der Seifenblase kommt auf.[19] Ornamente gelten, nach Adolf Loos, zu Beginn des 20. Jahrhunderts als Verbrechen und nicht nur die Hausfassaden werden gereinigt, sondern auch die Innenräume, indem Standardwohnungen mit Standardmöbeln entworfen werden und der menschliche Einzelkörper diszipliniert und normalisiert wird.[20]

Gemütlichkeit und Repräsentation sind keine Leitmotive mehr, was sich besonders gut am Co-op Zimmer des Bauhausdirektors Hannes Meyer von 1926 darstellen lässt. Nach Hannes Meyer sei ein neues Menschenbild des halbnomadisch lebenden Weltbürgers nach dem Ersten Weltkrieg entstanden. Das Interieur Co-op (Abb. 6) ist ein sparsam möblierter Innenraum, mit einer Pritsche als Ruhelager, ohne Matratze, ohne Bettzeug – nur mit einer mit Rosshaar gefüllten Decke aus Leinenstoff auf einem Stahlfeder-Draht-Rost. „In der Kleinstwohnung stellt das Bett die Verschiebemasse dar, die ein regelhaftes Be-Wohnen erst ermöglicht; im Co-op Interieur steht die pritschenartige Liege für die moderne Lebensweise des stets mobilen Neuen Menschen, dem häusliche Gemütlichkeit kein Be-

Abb. 6



dürfnis mehr ist."[21] Ein zerwühltes, gar mit den Spuren einer Liebesnacht kontaminiertes textilintensives Bett ist für die Wohnungshygieniker und Funktionalisten ein blinder Fleck. Bruno Taut wendet sich gar zu dieser Zeit in seinem Buch *Die neue Wohnung. Die Frau als Schöpferin* gezielt an die Hausfrauen und weist diese an, *‚überflüssige Möbel'* aus den Wohnungen zu entfernen, die verbliebenen Gegenstände einer strengen Inventur zu unterziehen und, wo immer nötig, zu glätten und zu reinigen.[22]

So entwickeln sich im Laufe des 20. Jahrhunderts Wohn-Glaskisten, die vom Terror der Transparenz erzählen oder von der Tyrannei der Intimität.[23] Denn der Mensch fühlt sich umso isolierter, je mehr er für andere sichtbar ist. Die Wohnung wird zur Bühne der Nacktheit, textile Falten und Nischen verschwinden und machen Platz für Glas, Metall und PVC. Lediglich Decken, Matratzen, Stuhlpolster und beiseitegeschobene Vorhänge zeugen von Resten einer textilen Architektur.

Je detextilisierter die Wohnungen im 20. Jahrhundert auf der einen Seite werden, desto technologisierter kehren die Textilien als intelligente oder Smart Textiles im *Weniger ist mehr* in den Wohnbereich zurück. In intelligenten Häusern betten sich Textilien nahtlos in reaktive Wände ein. Sie sind auf Knopfdruck verformbar, spiegeln Emotionen farblich an Wänden, Sofalehnen sind mit Lautsprechern ausgestattet. Darüber hinaus verändern sich Räume klimaabhängig bis hin zum *Hide away furniture* für ängstliche Persönlichkeiten.[24]

Es ist nicht mehr nur die sinnliche oder haptische Wahrnehmung, die den Menschen dabei unterstützt, sich in und mit seiner Umwelt zu verorten, sondern eine *Tangible Interaction*. Das Textile, das sowohl haptisch wahrnehmbar als auch Träger oder Verbundstoff für das Digitale sein kann, macht diese begreifbare Interaktion zwischen Mensch und digitaler Technologie möglich.[25] Damit schleicht sich das Textile scheinbar im 21. Jahrhundert doch wieder in die Wohnwelten als sinnlich-mediales Phänomen ein, das wir Menschen einfach nicht missen möchten.

Dieses *Weniger ist mehr* bringt die Künstlerin Andrea Zittel im wörtlichen Sinn auf den Punkt. Seit den 90er Jahren entwirft sie Carpet Furniture, die unsere dreidimensionalen Wohnkategorien auf eine textile Zweidimensionalität reduzieren. Auf dem Teppich finden sich Sofa, Sessel, Tisch sowie Regal als geometrische Formen wieder. Folgt hier die Form der Funktion oder die Funktion der Form? Geht es um Design oder um Kunst? Lege ich den Teppich auf den Boden und bewohne ihn nach meinen gewohnten Mustern oder hänge ich ihn an die Wand? Andrea Zittel stellt unsere textilen Wohnmuster sprichwörtlich auf den Boden. Ich ziehe hiermit mein Fazit aus der historisch und kulturanthropologisch hergeleiteten Polarität von *Je mehr Textilien, desto besser* oder *Weniger Textilien ist mehr* und leite über in die Abschlussthese:

Weniger ist mehr,
aber mehr ist lustiger...

Abb. 7

Im Sinne einer postmodernen Reflexivität scheint der rationale Funktionalismus ausgedient zu haben und eine mobile textilintensive Häuslichkeit ist wieder entstanden. Im 21. Jahrhundert existieren affektvolle textile Raumgefühle bis hin zur elaborierten Überladung neben schlichter Einfachheit mit größtmöglichem textiltechnologischem Schutz vor Licht, Kälte, Hitze oder Wasser bei minimalem Raumverbrauch und hoher Leichtigkeit. Nomadische Lebensweisen mit textiler Faltbarkeit auf ein Minimum existieren gleichwertig neben einem Bedürfnis nach textilüberladener Lounge und Cocooning in Küche, Badezimmern und im Straßencafé.

Abschließen möchte ich meine textilen Wohnassoziationen mit Rudolf Stingels 7500 Quadratmeter großen Teppich-Installation im Palazzo Grassi auf der Biennale in Venedig 2013, (Abb. 7 und 8) die mit ihrer typisch orientalischen Musterung an die Handelsbeziehungen der Seerepublik Venedig zum Nahen Osten erinnert und damit nomadische und sesshafte Wohnweisen künstlerisch verbindet.[26] Hier entstehen Zwischenräume wie auf einem Ost-West-Diwan, einladend zum Meditieren und zum Verweilen. Die Geräusche sind gedämpft. Ein textiles Innehalten zwischen den Kulturen und ihren textil ge*wohn*ten Ausdrucksformen ist möglich.

Sinnstiftend überleben, genussvoll und mitmenschlich zu wohnen heißt schlussfolgernd immer das adäquate Maß von Textilien in der jeweiligen Situation auszutarieren – ob wir in Nestern, Schäumen, Seifenblasen und Cyberwelten oder in Kuschelecken, Wohnhöhlen oder textilaffinen Boudoirs verweilen möchten. Wohntextilien erzählen uns, wie wir leben wollen und wir leben könnten, und zu jeder Zeit müssen wir uns diesen Fragen stellen und sie pragmatisch umsetzen. Irgendwas in unserem Leben ist halt immer textil.

Abb. 8

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. Edition Ebersbach. Bamberg 2014, S. 13f.
2 Vgl. Heidegger, Martin: Bauen Wohnen Denken. In: Heidegger, Martin: Vorträge und Aufsätze. Pfullingen 1959, S. 149ff.
3 Bollnow, Otto Friedrich: Mensch und Raum. Kohlhammer, Stuttgart 1963, 11. Auflage 2010.
4 Vgl. Selle, Gert: Die eigenen vier Wände. Campus Verlag. Frankfurt 1993.
5 Benjamin, Walter: Das Passagen-Werk, 1. Bd. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 1983, S. 292.
6 Vgl. Helmhold, Heidi: Affektpolitik und Raum. Verlag Walther König. Köln 2012.
7 Ingold, Tim: The textility of making. In: Cambridge Journal of Economics, 2010, 34, 91-102.
8 Flusser, Vilem: Vom Stand der Dinge. Eine Philosophie des Design. Steidl Verlag. Göttingen 1993, S. 46.
9 Vgl. Nierhaus, Irene: Matratze/Matrize: Möblierungen von Wohnen und Wissen. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. Transcript Verlag. Bielefeld 2016, S. 15.
10 Vgl. Riedel, Anna-Katharina: Mehrfach besetzter Platzhalter. Die Figur der Matratze in der medialen Berichterstattung über den Protest und die Unterbringung von geflüchteten Menschen. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. Transcript Verlag. Bielefeld 2016, S. 252f.
11 Vgl. Helmhold, Heidi: Affektpolitik und Raum. Verlag Walther König. Köln 2012, S. 41.
12 Vgl. ebd. S. 71ff.
13 Vgl. Brüderlin, Markus: Einführung Interieur Exterieur. In: Brüderlin, Markus; Lütegens, Annelie: Interieur Exterieur, Wohnen in der Kunst. Kunstmuseum Wolfsburg 2009, S. 16.
14 Helmhold, Heidi: Affektpolitik und Raum. Verlag Walther König. Köln 2012, S. 45.
15 Vgl. Brüderlin, Markus: Einführung Interieur Exterieur. In: Brüderlin, Markus; Lütegens, Annelie: Interieur Exterieur, Wohnen in der Kunst. Kunstmuseum Wolfsburg 2009.
16 McLuhan, Marshall: Wohnen. In: Ders.: Die magischen Kanäle. Understanding Media Verlag der Kunst. Dresden, Basel 1995.
17 Gropius, Walter, zit. in: Keim, Christiane: Betten und Matratzen an die Sonne. Die Neue Wohnung und der Normalisierungs- und Sexualisierungsdiskurs in der Weimarer Republik. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. Transcript Verlag. Bielefeld 2016, S. 207.
18 Vgl. Giedion, Sigfried: Befreites Wohnen. Orell Füssli Verlag. Zürich 1929.
19 Vgl. Brüderlin, Markus: Einführung Interieur Exterieur. In: Brüderlin, Markus; Lütegens, Annelie: Interieur Exterieur, Wohnen in der Kunst. Kunstmuseum Wolfsburg 2009.
20 Vgl. Foucault, Michel: Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen, Wahrheit. Merve Verlag. Berlin 1978.
21 Keim, Christiane: Betten und Matratzen an die Sonne. Die Neue Wohnung und der Normalisierungs- und Sexualisierungsdiskurs in der Weimarer Republik. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. Transcript Verlag. Bielefeld 2016, S. 217.
22 Vgl. Taut, Bruno: Die neue Wohnung. Die Frau als Schöpferin. Klinkhardt & Biermann Verlag. Leipzig 1924, S. 61.
23 Vgl. Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Fischer Taschenbuchverlag. Berlin 2004.
24 Vgl. Eisenbrand, Jochen: Von Vegesack, Alexander: Open house, Schnittstellen von Architektur und Informationstechnologie. In: Seitmann, Gerhard; Lippert, Werner: Entry Paradise. Birkhäuser Verlag. Basel 2006.
25 Vgl. Wiescholek, Sybille: Textile Bildungschancen zwischen Omnipräsenz und Exteriorisierung, Dissertation, Universität Paderborn 2017.
26 Vgl. Klüver, Henning: Roter Teppich, Venedig: Rudolf Stingel denkt im Palazzo Grassi über Vergängliches nach. In: Kunstzeitung, Mai 2013, S. 15.

LITERATURVERZEICHNIS

Benjamin, Walter: Das Passagen-Werk, 1. Bd. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 1983.

Brüderlin, Markus; Lütgens, Annelie: InterieurExterieur, Wohnen in der Kunst. Kunstmuseum Wolfsburg 2009.

Brüderlin, Markus: Einführung Interieur Exterieur. In: Brüderlin, Markus; Lütgens, Annelie: InterieurExterieur, Wohnen in der Kunst. Kunstmuseum Wolfsburg 2009, 13-33.

Deleuze, Gilles: Die Falte. Leibniz und der Barock. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 1995.

Eisenbrand, Jochen; von Vegesack, Alexander: „Openhouse", Schnittstellen von Architektur und Informationstechnologie". In: Seltmann, Gerhard; Lippert, Werner: Entry Paradise. Birkhäuser Verlag. Basel 2006, S. 138-156.

Flusser, Vilem: Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design. Steidl Verlag. Göttingen 1993.

Foucault, Michel: Dispositive der Macht, Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Merve Verlag. Berlin 1978.

Giedion, Sigfried: Befreites Wohnen. Orell Füssli Verlag. Zürich 1929.

Heidegger, Martin: „Bauen Wohnen Denken". In: Heidegger, Martin: Vorträge und Aufsätze. Pfullingen 1959.

Helmhold, Heidi: Affektpolitik und Raum. Verlag Walther König. Köln 2012.

Ingold, Tim: The textility of making. In: Cambridge Journal of Economics 2010, 34, S. 91–102.

Keim, Christiane: „Betten und Matratzen an die Sonne". Die Neue Wohnung und der Normalisierungs- und Sexualisierungsdiskurs in der Weimarer Republik. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. transcript. Bielefeld 2016, S. 205-221.

Klüver, Henning: Roter Teppich, Venedig: Rudolf Stingel denkt im Palazzo Grassi über Vergängliches nach. In: Kunstzeitung, Mai 2013, S. 15.

Koc, Dilara: Ästhetische Bildungsprozesse zum Wohnverhalten von türkischen Migranten am Beispiel von Füllers Heide (Paderborn), unveröffentlichte Erste Staatsexamensarbeit, Universität Paderborn 2011.

Kolhoff-Kahl, Iris: Textiles Haus-en in: Textilgestaltung, Informationen für den Unterricht, Zeitschrift des Arbeitskreises Textilunterricht NRW, 2/2011, S. 6-13.

McLuhan, Marshall: „Wohnen". In: Ders.: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Verlag der Kunst. Dresden, Basel 1995, S.191-202. Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. edition ebersbach. Bamberg, 2014.

Nierhaus, Irene: Matratze/Matrize: Möblierungen von Wohnen und Wissen. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. transcript. Bielefeld 2016, S. 11-39.

Riedel, Anna-Katharina: Mehrfach besetzter Platzhalter. Die Figur der Matratze in der medialen Berichterstattung über den Protest und die Unterbringung von geflüchteten Menschen. In: Nierhaus, Irene; Heinz, Kathrin (Hg.): Matratze/Matrize. transcript. Bielefeld 2016, S. 251-272.

Selle, Gert: Die eigenen vier Wände. Campus Verlag. Frankfurt 1993.

Seltmann, Gerhard; Lippert, Werner: Entry Paradise. Birkhäuser Verlag. Basel 2006.

Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Fischer Taschenbuch. Berlin März 2004.

Taut, Bruno: Die neue Wohnung. Die Frau als Schöpferin. Klinkhardt & Biermann Verlag. Leipzig 1924.

Wiescholek, Sybille: Textile Bildungschancen zwischen Omnipräsenz und Exteriorisierung, Dissertation, Universität Paderborn 2017.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Baudouin, Pierre_Antoine - La_Lecture, ca._1760. Quelle: Wikipedia.

Abb. 2: Munkácsy,Mihály – Pariser Interieur, 1877. © Schiller, Alfréd – ARTOTHEK.

Abb. 3: o.A. - Wohnzimmer, 2007. © Jung von Matt.

Abb. 4: o.A. – Badewanne Bette GmbH & Co. KG, 2017. ©Bette GmbH & Co. KG 2017.

Abb. 5: Adam, Tobias – Gropiuszimmer,o.J. ©Adam, Tobias, Bauhaus-Universität Weimar.

Abb. 6: Meyer, Hannes – Co-op Interieur, 1926. © Galerie Berinson, Berlin.

Abb. 7: Stingel, Rudolf - Installation view at Palazzo Grassi, Venice, 2013. © Stefan Altenburger, Courtesy the artist.

Abb. 8: Stingel, Rudolf - Installation view at Palazzo Grassi, Venice, 2013. © Stefan Altenburger, Courtesy the artist.

NETZWERK FERNSEHECKE

ZU ALLIANZEN TEXTILER UND TECHNISCHER AKTEURE IN BUNDESDEUTSCHEN WOHNZIMMERN IN DEN 1950ER/60ER-JAHREN

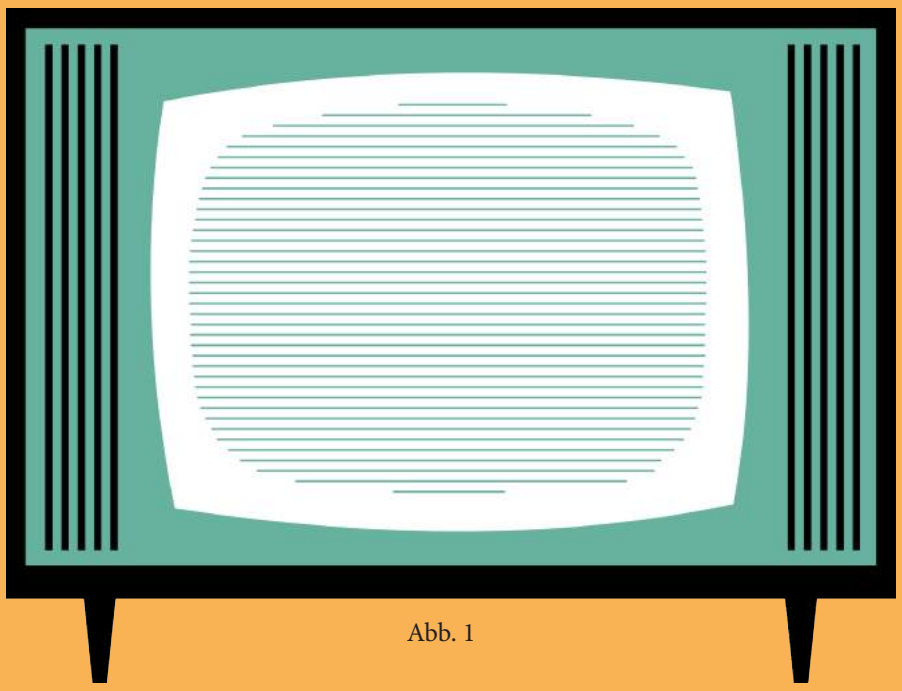
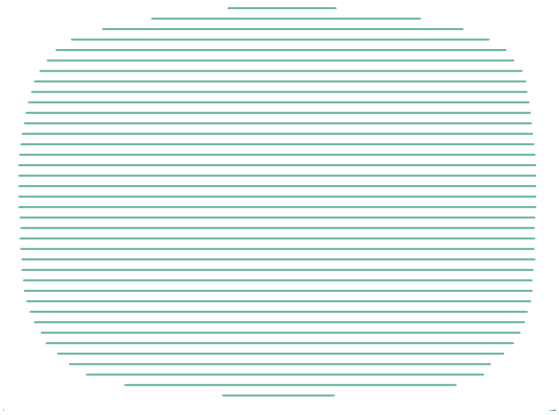


Abb. 1

VON MONIQUE MIGGELBRINK

EINFÄDELN



Die 1950er/60er-Jahre werden in zeithistorischen Studien gemeinhin als „Ära der Einrichtungswellen“ beschrieben, in der viele BundesbürgerInnen ihre Wohnungen mit neuen Möbeln und Dekorationsgegenständen ausstatten.[1] In genau diesem Zeitraum etabliert sich die Fernsehecke als funktionierende Einheit in bundesdeutschen Wohnzimmern. In populären Diskursen, wie Einrichtungs- und Programmzeitschriften, wird eine Dingkultur verhandelt, die an der Verhäuslichung des Fernsehens in Form der Fernsehecke als konstitutive Einrichtungspraxis in bundesdeutschen Wohnzimmern massiv mitwirkt: Schrankwände und Regale zur Aufbewahrung des Geräts, niedrige Couchtische und sogenannte Fernsehsessel werden zum direkten häuslichen Bezugspunkt des Fernsehens.

Im Weiteren möchte ich mich den Dingen des Haushalts widmen, die sonst in den Fernsehwissenschaften in der Beschreibung der Integration des Mediums Fernsehen in eben diesen vorschnell übergangen werden. Geht man in der Beschreibung der Verhäuslichung des Fernsehens nicht vom technischen Apparat selbst, sondern von den Akteuren in seinem weiteren Wohnumfeld aus, so wird deutlich, wie viel Aufwand eigentlich hinter der Einrichtungspraxis der Fernsehecke steht. Der Begriff des Akteurs zeigt bereits an, dass im Weiteren Begriffe aus dem Umfeld der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) produktiv gemacht werden, um die Fernsehecke als Netzwerk bzw. als Black Box zu beschreiben. Im Rahmen dieses Beitrags möchte ich das Netzwerk häuslicher Ensembles insbesondere auf das Zusammenspiel von Fernsehgeräten und textilen mobiliaren Akteuren untersuchen. Indem ich den Akteuren Couch, Teppich, Gardine und Raumtrenner folge, möchte ich zeigen, wie sich mit diesen Allianzen des Fernsehens neue Sphären im Wohnraum bilden. Dabei geht es auch darum, welche Rollenzuweisungen der Akteure bzw. Ein- und Ausschlüsse mit dieser Netzwerkbildung einhergehen. Den Verbindungen zwischen technischen und textilen Akteuren gehe ich anhand von zeitgenössischen Einrichtungs- und Programmzeitschriften sowie Wohnstudien nach.

FERNSEHECKE ALS BLACKBOX

Bevor ich im Weiteren jedoch diesen Akteuren folge, möchte ich kurz auf die Begriffe Akteur, Netzwerk und Black Box bzw. Blackboxing selbst eingehen, um sie für die Analyse produktiv zu machen. In einem ersten Schritt wäre also danach zu fragen, inwiefern die zu untersuchenden Einrichtungs- und Dekorationsgegenstände Akteure darstellen. Im Sinne der Symmetrie-These der ANT werden nicht ausschließlich Menschen als Akteure begriffen, sondern ganz grundlegend jedes Ding, „das eine gegebene Situation verändert, indem es einen Unterschied macht“[2]. Für die Fernsehwissenschaften liegt die Pointe dieser Prämisse darin, dass neben den RezipientInnen der technische Apparat selbst wichtig in der Beschreibung der Praktiken des Fernsehens wird. In „Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft“ schildert Bruno Latour selbst die Handlungsmacht der Dinge am Beispiel der Fernbedienung. Dass es einen Unterscheid macht, ob man das Programm mit oder ohne Fernbedienung umschaltet, zeige sich nicht zuletzt an der Figur der *couch potato*.[3] Erst die Fernbedienung ermögliche dieser Logik zufolge die Sesshaftigkeit der ZuschauerInnen. Gleichzeitig verweist Latour darauf, dass es sich hierbei um einen Prozess verteilter Handlungsmacht handelt: Auch wenn das Infrarotsignal der Fernbedienung die Unbeweglichkeit der *couch potato* autorisiere, seien die eigene Immobilität und der von der Fernbedienung übernommene Teil des Handelns keineswegs miteinander gleichzusetzen.[4] Statt technikdeterministisch verkürzt davon auszugehen, dass einige Akteure anderen Entitäten eine bestimmte Rolle aufzwingen, fragt die ANT mit dem Begriff der *agency* nach dem Potential eines Akteurs, andere für sich zu interessieren und Verbindungen mit ihnen zu knüpfen.[5]

Auch wenn Latour in seinem Beispiel der Fernbedienung zugegebenermaßen selbst vom technischen Apparat ausgeht, zeigt er an anderer Stelle, dass nicht-technische Akteure, wie etwa die Möbel des Labors, insbesondere Regale und Tische, Anteil an der Produktion und Transformation von wissenschaftlichem Wissen haben.[6] In Anlehnung hieran möchte ich im Weiteren vorschlagen, in der Beschreibung der Verhäuslichung des Fernsehens nicht so sehr vom technischen Apparat selbst, sondern von den Akteuren in seinem weiteren Umfeld, d.h. von den Einrichtungs- und Dekorationsgegenständen des Wohnraums, auszugehen. In den Fernsehwissenschaften sind seit den 1990er-Jahren zahlreiche Arbeiten entstanden, die das Medium Fernsehen als Dispositiv begreifen.[7] Im Gegensatz zu solchen stärker technikzentrierten Dispositivtheorien zu Medien gehen die weiteren Ausführungen eben nicht vom technischen Apparat aus, sondern von Allianzen der genannten textilen Akteure mit dem Akteur

Fernsehapparat. Der Begriff des Akteurs verweist bereits auf den der Netzwerke. Letztere ergeben sich aus dem Zusammenspiel der einzelnen Akteure, indem diese Verbindungen miteinander knüpfen. Laut der ANT stellen Netzwerke, ganz gleich ob es sich dabei um historische oder gegenwärtige Settings handelt, erst einmal Black Boxes dar. Dies bedeutet schlicht, dass sie aufgrund ihres vermeintlich reibungslosen Funktionierens aus dem Fokus der Wahrnehmung geraten bzw. in den Hintergrund getreten sind. Der Begriff des Blackboxings hebt auf eben solche Praktiken und Kulturtechniken ab, die den Prozess der Schließung bzw. Stabilisierung antreiben, der mit der Netzwerkbildung der Akteure einhergeht.[8] Wenn Praktiken funktionieren, werden sie unsichtbar – zumindest der große Aufwand, der hinter ihnen steht. Blackboxing wäre damit als ein Ausdruck ihres Erfolgs zu verstehen. So erscheint etwa die Fernsehecke im Laufe der 1950er/60er-Jahre immer mehr als ‚Normalzustand' in bundesdeutschen Wohnzimmern. In diesem Sinne schlage ich vor, fernsehbezogene Gestaltungen und Einrichtungen als Formen des Blackboxings zu beschreiben. In dieser Auslegung stellt Blackboxing einen Prozess der Schließung dar, mit dem gleichsam invisibilisiert wird, wie viel Aufwand eigentlich hinter dieser Einrichtungspraxis steht. Gerade weil der Fernsehapparat als neuer Akteur im häuslichen Raum erst einmal eine Störung häuslicher Einrichtungen und Routinen darstellt, muss er es schaffen, bereits etablierte Akteure im Wohnraum für sich zu interessieren. Hinter der vermeintlichen Standfestigkeit der Fernsehecke steht also eine erhöhte Mobilität der Akteure.

SITZGELEGENHEIT ALS GESCHLOSSENE ZELLE

Am Beispiel des Akteurs Couch(ecke) möchte ich nun kurz darlegen, warum der Blick auf die Akteure im Umfeld des Fernsehens so produktiv ist, um die Verhäuslichung des Mediums zu beschreiben. In den Fernsehwissenschaften wird die häusliche Sesshaftigkeit der ZuschauerInnen meist an den technischen Spezifika und Funktionsweisen des Apparats selbst festgemacht. Einen anderen Zugang zur Beschreibung dieses Prozesses bietet die kulturwissenschaftliche Erörterung „Zur Situation der Couchecke"[9] von Martin Warnke aus dem Jahr 1979. In seiner Analyse der Genese, Form und Funktion der Couchecke um 1900 sowie ihrer Rolle in bundesdeutschen Wohnzimmern der Nachkriegszeit stößt Warnke auch auf das Fernsehgerät – ohne jedoch von diesem auszugehen. Auch wenn der Aufsatz vierzig Jahre alt ist, passt er gut zur methodisch-theoretischen Ausrichtung der ANT.

Wie Warnke zeigt, besteht „die Sofa-, Sitz-, oder Couchecke“ aus vielen einzelnen Komponenten, die zusammengenommen eine „geschlossene Zelle“[10] bilden. Hierzu gehören neben der Couch und zusätzlichen Sitzgelegenheiten, wie Sesseln und Stühlen, weitere Einrichtungsgegenstände wie Teppiche und Gardinen bzw. schwere Vorhänge. Es ist also erst das Zusammenspiel dieser „Einzelelemente“[11] – Warnke spricht nicht von Akteuren, – die die Wirkmächtigkeit der Couchecke als „Figur monadischer Eingeschlossenheit“[12] begründet. Eine einheitliche Garnitur, die sich durch aufeinander abgestimmte Materialien auszeichnet, stehe für eine Einkapselung des familiären Nukleus und eine Abschottung vom Außen.[13] Wie sich hier zeigt, etabliert sich mit der Couchecke eine spezifische Form häuslicher Gemütlichkeit bzw. Sesshaftigkeit, die der Integration von Fernsehgeräten in bundesdeutsche Wohnzimmer vorausgeht.
Es ist genau dieser Blick aus der Logik der Inneneinrichtung, den ich im Weiteren verfolgen möchte: Ich beschreibe die Verbindungen, die Fernsehapparate mit weiteren, bereits etablierten textilen Akteuren des Wohnraums verknüpfen. Zwar spricht Warnke davon, dass Fernsehapparate Konkurrenten für die einzelnen Elemente der Couchecke darstellen, weil sie das Dingarrangement in „eine empfangsbereite Außenwendung“[14] bringen und damit zu einem gewissen Grad wieder aufsprengen. Gerade das Maß der Störung, das von Fernsehgeräten ausgeht, zeugt davon, dass sie es schaffen müssen, Verbindungen zu bereits etablierten Akteuren herzustellen. Hierfür gehe ich nun den textilen Akteuren Teppich, Gardine und Raumtrenner nach.

DER TEPPICH IST AUCH EINE INSEL

Wie Warnke in seinem Text zeigt, begründet sich die Geschlossenheit der Couchecke maßgeblich über den Akteur Teppich. In diesem Sinne grenzt der Teppich die Couchecke vom Rest des Wohnzimmers ab: „Das ganze Zimmer wird ein Durchgangsraum, der über ‚Brücken‘ und ‚Läufer‘ zur Couchecke hinführt.“[15] Einrichtungszeitschriften verhandeln diese Einrichtungskonvention Mitte der 1960er-Jahre als sogenannten Insel-Stil. In dem Artikel „Wir richten uns ein: Inseln im Wohnraum“[16] werden insbesondere die raumtrennenden Eigenschaften des Teppichs als konstitutiv für diesen neuen Stil beschrieben. Mit Teppichen lassen sich Essinsel und Sitz- bzw. Fernsehinsel optisch voneinander abheben (Abb. 2). Die raumtrennenden Eigenschaften des Teppichs seien auf seine

textile Qualität zurückzuführen, wie es an anderer Stelle heißt: „Diese Grenze schafft der Teppich durch sein Format; seine Farbe, sein Muster geben dem ‚Fernsehbezirk' Stimmung."[17]

Wie der Artikel weiter beschreibt, liegt der Mehrwert dieses neuen Einrichtungsstils gerade darin, dass er mit der etablierten Einrichtungskonvention des großen Esstischs in der Mitte des Wohnraums breche. Diese standardisierte Ordnung der Dinge im Wohnraum habe sich dem Artikel zufolge negativ auf die Familienkommunikation ausgewirkt: „Das gesamte Wohnen spielte sich um diesen zentralen Mittelpunkt, den Tisch, ab und die sich überschneidenden Interessen der einzelnen Familienmitglieder brachten so manche Störungen mit sich."[18] Ein in Inseln gegliederter Wohnraum steht nun gerade für eine Personalisierung des Wohnraums insofern, als die einzelnen Familienmitglieder in den verschiedenen Ecken des Wohnraums unterschiedlichen Tätigkeiten nachgehen können.[19] Dieser Logik zufolge begründet die Ecke gewissermaßen eine Sphäre der Privatheit und Intimität. Am Akteur Teppich lässt sich beobachten, dass diese Personalisierung der Familienkommunikation, die in der fernsehwissenschaftlichen Forschung gemeinhin an der Installation von Zweit- und Drittgeräten im Wohnraum festgemacht wird,[20] weitaus früher einsetzt und somit Vorläufer kennt.

Abb. 2

Neben der Unterteilung des Wohnraums in Funktionsbereiche ist der Akteur Teppich in weiteren Facetten konstitutiv für die Fernsehecke. Zum einen sind es die schalldämpfenden Eigenschaften des Materials, die ihn zu einem wichtigen Verbündeten des Fernsehgeräts machen (Abb. 3): „Von der akustischen Seite betrachtet, ist der Teppichboden, der von Wand zu Wand voll ausgelegte Raum, das wichtigste Einrichtungsstück. Ein abgepasster Teppich darauf trennt unsere Fernseh-Insel vom übrigen Raum"[21]. Dank ihrer schallschluckenden Eigenschaften sorgen Teppiche dafür, dass sich die Inseln des Wohnraums in Inseln der Ruhe verwandeln, die einerseits Geräusche von draußen dämpfen und andererseits den eigenen Fernsehlärm absorbieren und so den nachbarschaftlichen Frieden gewährleisten sollen.[22]

Zum anderen wirken die wärmenden Eigenschaften des Tep-

pichs kalten Füßen beim Fernsehen entgegen: „Kalte Füße und gemütliches Beisammensein aber passen überhaupt nicht zusammen. Da aber die meisten Bodenbeläge nicht über die notwendige Fußwärme verfügen, muß hier Abhilfe geschaffen werden, und zwar mit einem Teppich, noch besser mit einem Teppichboden.“[23] In diesem Sinne macht erst der Teppichboden die Fernsehecke zu einer „Insel der Gemütlichkeit“[24]. Teppiche bringen dieser Logik zufolge Gemütlichkeit und Ruhe in die Fernsehecke und werden damit zur Metapher für Privatheit schlechthin. Im Medienvergleich mit dem Kino begünstigt die vom Teppichboden getragene Fernsehecke die Sesshaftigkeit der Zuschauer: „Zuhause braucht man seinen eigenen Teppich nicht zu verlassen.“[25] Die Welt da draußen holt man sich nicht nur vermittelt über das Fernsehprogramm nach Hause. So werden Teppiche zeitgleich zusammengedacht mit dem Ideal der Gastlichkeit. Dichtgewebt, wulstig, mit aparten Mustern, modern oder persergemustert: „Ihre Gäste werden begeistert sein“[26], so beschreibt es zumindest die zeitgenössische Teppichwerbung (Abb. 4).

Abb. 3

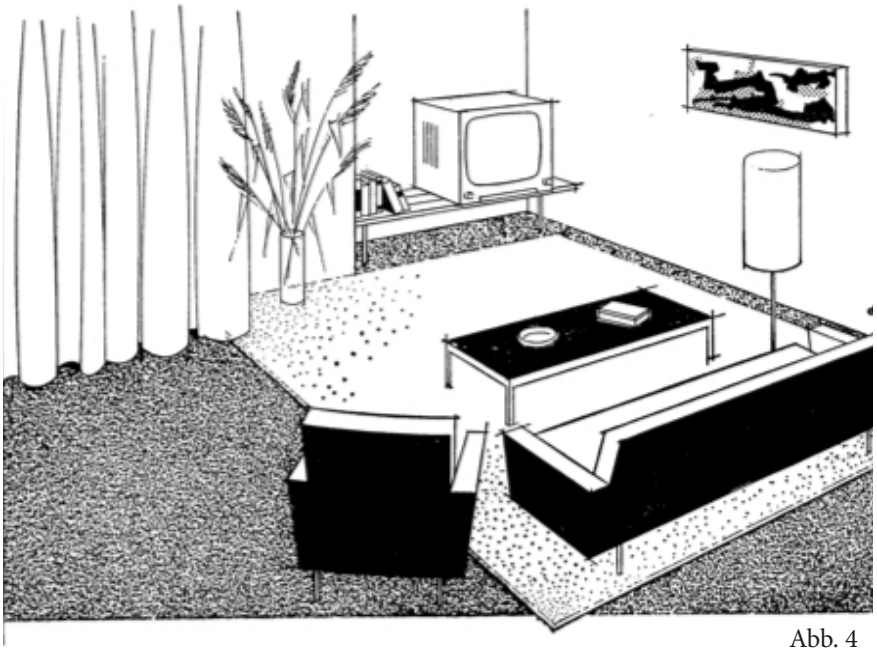


Abb. 4

Von der akustischen Seite betrachtet, ist der Teppichboden, der »von Wand zu Wand« voll ausgelegte Raum, das wichtigste Einrichtungsstück. Ein abgepaßter Teppich darauf trennt unsere Fernseh-Insel vom übrigen Raum.

GARDINEN ALS VERMITTLER ZWISCHEN INNEN UND AUSSEN

Eine weitere Allianz des Mediums Fernsehen im Wohnraum mit textilen Akteuren betrifft an Fenstern angebrachte Stoffe. Neben verlegten und freiliegenden Teppichböden statten die BundesbürgerInnen ihre Wohnungen in den 1950er-Jahren vermehrt mit Gardinen und Vorhängen aus.[27] In Einrichtungs- und Programmzeitschriften erscheinen zu dieser Zeit zahlreiche Bildstrecken, in denen Einrichtungshinweise zur zeitgenössischen Gardinenkultur gegeben werden (Abb. 5). Diese Gardinenkultur scheint zuallererst darauf zurückzuführen zu sein, dass die Architekturen des Wiederaufbaus größere Fensterfronten in Form sogenannter Panoramafenster aufführen. Sowohl städtische Hochhäuser als auch vorstädtische Einfamilien-Bungalows zeigen sich in dieser Hinsicht inspiriert vom US-amerikanischen Modell des *open-plan*,[28] für das fließende und offene Grundrisse kennzeichnend sind. Im Zuge dieser Entwicklung werden Gardinen zu wichtigen Akteuren,

Abb. 5

denen neben der Aufgabe des Sichtschutzes auch die der Repräsentativität nach außen zukommt.

Warnkes Diagnose entsprechend werden Räume, die nur für das Wohnen vorgesehen sind, mit Gardinen vom Außen abgeschirmt.[29] Die Einrichtungspraxis der mittels Gardinen zugezogenen Fenster stelle dementsprechend ein konstitutives Element familiärer Geselligkeit dar. Auffällig ist nun, dass Gardinen dem Fenster zugehörig sind, und damit einer Stelle am Haus, an der der Austausch zwischen öffentlicher und privater Sphäre stattfindet. In populären Diskursen der 1950er/60er-Jahre wird das Fenster als Schnittstelle des Hauses zwischen seinen BewohnerInnen und der Außenwelt verhandelt: „Fenster sind Nahtstellen unseres Lebens, Grenzen zwischen dem engen Drinnen und dem unendlichen Draußen, zwischen dem abgeschlossenen Ich und der nicht zu überschauenden Welt", heißt es etwa in dem Artikel „Der Vorhang, Kleid des Fensters"[30], der 1965 in *Haus und Heim* erscheint. Auch die Gardine schließt an den Aspekt des Fensters als Schnittstelle zwischen Innen und Außen an. In seiner Studie *Vom Wohnen der Deutschen* von 1963 beschreibt Alphons Silbermann die Gardine als Akteur, der zwischen Öffentlichkeit und Privatheit prozessiert:

Abb. 6.1

Die aus feinem, grobem, kostbarem oder billigem Material hergestellte, gerade, krumm oder gerüscht im Fenster hängende Gardine bietet, von draußen betrachtet, ein genormtes, in sich geordnetes Bild der gesellschaftlichen Anpassung, von drinnen bietet sie Verborgenheit vor dem Blick von draußen, ohne den Blick von drinnen nach draußen unverhältnismäßig einzuschränken – Privatheit ist garantiert, Öffentlichkeit indes nicht ausgeschlossen.[31]

Individuell gestaltete Fensterverkleidungen treiben nicht nur eine sich ausdifferenzierende Wohnkultur voran. Ganz grundlegend besteht ihre *agency* darin, dass sie es den BewohnerInnen erlauben, sich flexibel vom Außen abzukapseln und bei Bedarf schnell wieder zu verbinden. Dass diese Verbindung zwischen Innen und Außen geschlechtsspezifische Asymmetrien aufweist, zeigt sich an einer zeitgenössischen Werbekampagne für Diolen-Gardinen aus dem Jahr 1963 (Abb. 6.1 und 6.2): Während die weibliche Gardinenkultur eine Sphäre der Arbeit und mütterliche Kontrolle über die spielenden Kinder im Wohnraum im Obergeschoss signifiziert,[32] vermittelt die männliche häusliche Einkapselung qua Gardine eine Sphäre der Freizeit – darauf verweisen nicht zuletzt die Lektüre tagesaktuellen Weltgeschehens im Feierabend-Setting sowie der Blick auf den Sonnenschirm im Erdgeschoss, den die halbtransparente Gardine freigibt.[33]

Die mit der Gardine angesprochene Funktion des Vermittelns zwischen Innen und Außen kommt Silbermann zufolge zur gleichen Zeit auch dem Medium Fernsehen im Wohnraum zu:

Abb. 6.2

Doch noch ein weiteres nicht zu übersehendes Element fördert und verstärkt die Abgrenzungsbewegung gegenüber dem Draußen, also der Öffentlichkeit, und das ist zweifelsohne das Fernsehen inklusive der daran anschließbaren Geräte. Das Fernsehen ist insofern zu einem Bequemlichkeitsutensil geworden, als es das öffentliche Geschehen mehr oder minder wohl verpackt ins Haus bringt.[34]

Dort, wo eine Allianz aus Fenster und Gardine abtrennt, verschaltet das Fernsehen den Wohnraum wieder mit der Außenwelt. Dem Akteur Gardine ähnlich, handelt es sich hierbei um einen stark regulierten Bedeutungsaustausch: auch *fernsehen* bedeutet zu sehen, ohne selbst gesehen zu werden.

Die Verbindung zwischen den Akteuren Fenster, Gardine und Fernseher wird in der Metapher des Fernsehens als *Fenster zur Welt*, die in den 1950er-Jahren aufkommt, diskursiv noch einmal einschlägig verhandelt. Anlässlich der Eröffnung des offiziellen Sendebetriebs am 25.12.1952 stellt Fernsehintendant Werner Pleister das Medium Fernsehen als „das neue geheimnisvolle Fenster in Ihrer Wohnung, das Fenster in die Welt“[35] vor und bindet das Medium damit endgültig ans Haus. Ist die Geschichte des Fernsehens gekennzeichnet von variierenden Rezeptionsorten zwischen öffentlichem und privatem Raum,[36] so steht die Fenster-Metapher für das Private schlechthin. In diese Vorstellung vom Fernsehen als Fenster zur Welt, das zwischen Innen- und Außenraum vermittelt, fügen sich nun Gardinen als textile Akteure so gut ein, weil ihre Handlungsmacht darin besteht, dass auch sie den Informationsaustausch zwischen Innen und Außen regulieren.

RAUMTRENNER ZUR BILDUNG TEMPORÄRER WOHNSETTINGS

Eine weitere Nähe des Fernsehens zu den Gardinen und Vorhängen des Wohnzimmers findet sich neben der dargelegten Regulation des Informationsaustauschs zwischen der häuslichen und außerhäuslichen Sphäre in ihren raumstrukturierenden Eigenschaften. In den 1950er/60er-Jahren werden Vorhänge zu beliebten häuslichen Akteuren, um das Innere des Hauses über die Grundrisse hinaus zu strukturieren. In einer Werbeanzeige für Vorhänge des Herstellers *Dralon* wird der Vorhang explizit als Raumtrenner beworben (Abb. 6).[37] Wie dieses Einrichtungsszenario nahelegt, werden Vorhänge im benannten Zeitraum zu wichtigen Akteuren im Wohnraum, weil sich mit ihnen bei Bedarf technische Medien vom Rest des Wohnumfelds trennen lassen. Der halb zugezogene, rote Samtvorhang ist schwer und dick genug, um den Kaminbereich von dem der Fernsehunterhaltung blickdicht abzuschirmen. Diese Anforderung an Fernsehgeräte als widersprüchliche Akteure – die mal präsent und mal unsichtbar im Wohnraum sein sollen – lässt sich in diesem Beispiel erst in Allianz mit dem Vorhang erreichen. Gleichsam zeigen sich hier auch die raumtrennenden Eigenschaften von Fernsehapparaten selbst an.

Dieser Gebrauch von Vorhängen lässt sich einordnen in eine diskursiv stark verhandelte Dingkultur raumtrennender Einrichtungsgegenstände. Neben Vorhängen und Möbeln, die als Raumtrenner zweckentfremdet werden, kommen spezifisch dafür vorgesehene Produkte auf den Markt, die als fünfte Wand im Wohnraum verhandelt werden (Abb. 7).[38] Diese zeichnen sich im Unterschied zu den tragenden Wänden des Wohnraums dadurch aus, dass sie flexibel in Form und Material sind. Solche Raumtrenner können kniehoch sein oder gar bis ganz unter die Decke reichen; sie sind aus Stoff oder dünnem, geflochtenem Holz; sie sind blickdicht oder transparent. Hinsichtlich ihrer Flexibilität passen sich Raumtrenner ganz in eine sich ausdifferenzierende Wohnkultur ein: „Das Material für Wandschirme ist verschieden und paßt sich

Abb. 7

jedem Wohnstil an. Bunte Stoffe, Geflechte, glänzende Lackflächen oder Spanplatten stehen zur Verfügung."[39] Die entsprechende Materialität entscheidet nicht nur über die modische Zuordnung dieses Einrichtungsgegenstandes, sondern auch über seine Funktion: je blickdichter der Werkstoff des Raumtrenners, desto stärker wird der Aspekt des Verbergens. Mit Raumtrennern lassen sich im Zimmer etablierte Bereiche tatsächlich vom restlichen Raum abtrennen. Sie gliedern den Wohnraum in temporäre Sphären, die im Sichtfeld vom Rest des Raumes weitestgehend abgeschirmt sind.

Wie Bernhard Siegert in seinem Text „Weiße Flecken und finstre Herzen. Von der symbolischen Weltordnung zur Weltentwurfsforschung" schreibt, ist das Haus ein Ort, mit dem seit jeher spezifische (symbolische) Grenzziehungen einhergehen.[40] In diesem Sinne werden Räume zu Trägern kultureller Codes, was Siegert in einer historischen Perspektive unter Bezugnahme auf Pierre Bourdieus Analyse des kabylischen Hauses zeigt:

> *„Der Raum des Hauses ist aus einem Gefüge homologer Oppositionen aufgebaut: Feuer/Wasser, gekocht/roh, oben/unten, Licht/Schatten, Tag/Nacht, männlich/weiblich, befruchtend/zur Befruchtung bereit, Kultur/Natur. Die strukturelle Differenzierung und Semantisierung des inneren Raumes wiederholt überdies noch einmal die Differenz zwischen innen und außen insgesamt."*[41]

Diese festen Zuordnungen von privaten und öffentlichen Sphären im Haus stellen Raumtrenner in den 1950er/60er-Jahren nun gerade in Frage. Sie irritieren solche eindeutigen, das Haus strukturierenden Dualismen, indem sie temporäre Bereiche im Wohnraum aufziehen. Auch wenn auf der Werbeanzeige für Dralon-Vorhänge keine menschlichen Akteure zu sehen sind, wäre doch gerade danach zu fragen, welche symbolischen Rollenzuweisungen mit der faktisch-materiellen Aufteilung zwischen Kamin- und Fernsehbereich einhergehen. Wie Siegert schreibt, übt die Gliederung des häuslichen Raums Macht auf unser Leben aus.[42] In diesem Sinne müsste danach gefragt werden, welche Ein- und Ausschlüsse ein solches Setting produziert. Ähnlich der Gardinenkultur zeigen auch Raumtrenner geschlechtsspezifisch codierte Verbindungen textiler Akteure an. Darauf gibt die sich im Schutze eines Raumtrenners schminkende Frau auf Abb. 8 einen ersten Hinweis.

Abb. 8

AUSFASERN

Das Bedürfnis nach einer neuen häuslichen (Raum-)Ordnung nach der sogenannten „Stunde Null“ in der Bundesrepublik ist groß. Dies machen die dargelegten Einrichtungsszenarien klar. Geht man in der Analyse dieser häuslichen Umbrüche nicht so sehr vom Fernsehen selbst aus, sondern von weiteren Akteuren in seinem Umfeld, so zeigt sich, dass den textilen Akteuren eine besondere Rolle im Prozess der Integration von Fernsehgeräten in bundesdeutsche Wohnzimmer zukommt. Wie die schlaglichtartige Analyse einzelner textiler Akteure und ihrer Verbindungen zu Fernsehapparaten gezeigt hat, gehen häusliche Gemütlichkeit und Sesshaftigkeit, die gemeinhin mit einem fernsehspezifischen Paradigma der Privatheit assoziiert werden, ganz zentral von den Akteuren Couch, Teppich, Gardine und Raumtrenner aus.

Insgesamt kommen den vorgestellten Akteuren mehrere Funktionen im Hinblick auf den Prozess der Stabilisierung der Fernsehecke im Wohnraum zu. Zum einen haben sie allesamt eine funktionale Komponente: Fernsehgeräte profitieren dann etwa davon, dass Teppiche den Fernsehlärm schlucken, Gardinen das Sonnenlicht vom Bildschirm und die neugierigen Blicke der Nachbarn abwehren. Zum anderen haben sie insofern eine räumliche Komponente, als mit den hier vorgestellten textilen Akteuren gleichsam häusliche Architekturen angesprochen sind. Teppiche, Vorhänge und textile Raumtrenner gliedern das Wohnzimmer jenseits seines eigentlichen Grundrisses in temporäre Sphären. Zusammengenommen scheint das Besondere der hier vorgestellten textilen Akteure darin zu liegen, dass sie teilen, ohne zu trennen.

Dies verdeutlicht insbesondere das mit Teppichen einhergehende Ideal des Inseln-Bildens, das durchaus widersprüchlich konfiguriert ist. Das Ideal der Trennung der einzelnen Wohnbereiche und die damit einhergehende Separierung von Praktiken, wie etwa Essen und Fernsehen, wird über die gleichzeitige Verbindung der textilen Akteure entschärft: „In Farbe und Dessin müssen natürlich bei aller Betonung die Verschiedenheit und der gewollten Abgrenzung die beiden Teppiche im Raum harmonieren. Und schließlich muß Farbe und Dessin des Teppichs unter der Sitzgruppe auch mit dem Stoff der Polstermöbel zusammenstimmen.“[43] In diesem Sinne wird die Materialität der textilen Akteure zum verbindenden Element in der räumlichen Abgrenzung der Familienmitglieder voneinander. Während Teppiche einzelne Bereiche im Wohnraum markieren, besteht die Rolle der Raumtrenner der Logik des *Teilens ohne zu trennen* zufolge darin, die Familienmitglieder bei Bedarf temporär voneinander abzuschirmen. Gardinen wiederum regulieren am Fenster als Schnittstelle des Hauses zwischen Innen und Außen die Durchlässigkeit dieser beiden Sphären. Wie sich zeigt, gehen von den vorgestellten textilen Akteuren räumliche Operationen im Haus aus, die symbolische Verschiebungen in der häuslichen Sphäre bedeuten.

Letztendlich scheint das Ideal des Teilens ohne zu trennen, das in den 1950er/60er-Jahren die bundesdeutschen Wohnzimmer erfasst, auf die Materialität des textilen Mobiliars selbst zurückzuführen zu sein. Gewebte Stoffe – ob handwerklich oder maschinell hergestellt – sind immer schon vernetzt, verknotet und verhakt. Diese Verbundenheit, welche die vorgestellten textilen Akteure im Wohnraum signifizieren, macht sie zu notwendigen Verbündeten für das Netzwerk Fernsehecke.

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Sywottek, Arnold: Zwei Wege in die „Konsumgesellschaft“. In: Schildt, Axel/Sywottek, Arnold (Hg): Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er Jahre. Dietz. Bonn 1998, S. 269-274, S. 281.
2 Latour, Bruno: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 2010, S. 123.
3 Vgl. ebd.
4 Vgl. ebd., S. 133.
5 Weiterführend zum Begriff der *agency* siehe Cuntz, Michael: Agency. In: Bartz, Christina/Jäger, Ludwig/Krause, Marcus/Linz, Erika (Hg.): Handbuch der Mediologie. Signaturen des Medialen. Fink. München [u.a.] 2012, S. 28-40, S. 28.
6 Vgl. Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 2000, S. 47f.; vgl. Belliger, Andréa/Krieger, David J.: Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: dies. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Transcript. Bielefeld 2006, S. 13-49, S. 29.
Spätestens an dieser Stelle zeigt sich, dass der häusliche Raum in der ANT kein originäres Setting darstellt. Gleichzeitig interessiert sie sich u.a. für Innovationen im Alltag, die u.a. auch die Wohnungen der NutzerInnen betreffen können. Vgl. Latour: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft, S. 138.
7 Vgl. Hickethier, Knut: Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells. In: montage AV, Nr. 1, 1995, S. 63-84; vgl. Steinmaurer, Thomas: Tele-Visionen. Zur Theorie und Geschichte des Fernseh-Empfangs. Studien-Verlag. Innsbruck [u.a.] 1999.
8 Vgl. Degele, Nina: Einführung in die Techniksoziologie. Fink. München 2002, S. 133f.
9 Warnke, Martin: Zur Situation der Couchecke. In: Habermas, Jürgen (Hg.): Stichworte zur ‚Geistigen Situation der Zeit‘. 2. Band: Politik und Kultur. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 1979, S. 673-687.
10 Ebd., S. 675.
11 Ebd., S. 677.
12 Ebd., S. 676.
13 Vgl. ebd., S. 676f.
14 Ebd., S. 685.
15 Ebd., S. 676.
16 Anonymus: Wir richten uns ein: Inseln im Wohnraum. Das Standardzimmer weicht der persönlichen Einrichtung. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 8, S. 8- 10.
17 Anonymus: Das Fernsehen wird gemütlich. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 3, S. 2.
18 Ebd., S. 8.
19 Vgl. ebd., S. 8f.
20 Siehe etwa Spigel, Lynn: Welcome to the Dreamhouse. Popular Media and Postwar Suburbs. Duke UP. Durham [u.a.] 2001, S. 67; sowie Tichi, Cecilia: Electronic Hearth: Creating an American Television Culture. Oxford UP. New York 1991, S. 67.
21 Anonymus: Das Fernsehen wird gemütlich. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 3, S. 2.
22 Vgl. ebd.

23 Ebd.
24 Werbeanzeige „Ein Westdeutscher Teppich. Dein Teppich. Insel der Gemütlichkeit“. In: Die Innenarchitektur (1959), 7. Jg., S. 191.
25 Anonymus: Das Fernsehen wird gemütlich. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 3, S. 2.
26 Werbeanzeige „Ein Westdeutscher Teppich. Dein Teppich. Insel der Gemütlichkeit“. In: Die Innenarchitektur (1959), 7. Jg., S. 191.
27 Vgl. Silbermann, Alphons: Vom Wohnen der Deutschen. Eine soziologische Studie über das Wohnerlebnis. Westdeutscher Verlag. Köln [u.a.] 1963, S. 179.
28 Vgl. Lemma „open plan“. In: Curl, James Stevens (Hg.): A Dictionary of Architecture and Landscape Architecture. 2. ed. Oxford UP. Oxford 2006. (http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780198606789.001.0001/acref-9780198606789-e-5826?rskey=4KTdiI&result=3765, 14.11.2016).
29 Vgl. Warnke: Zur Situation der Couchecke, S. 675.
30 Anonymus: Der Vorhang, Kleid des Fensters, In: Haus und Heim (1965), 14. Jg., H. 8, S. 5-8, S. 5.
31 Silbermann, Alphons: Neues vom Wohnen der Deutschen (West). 1991, S. 126.
32 Vgl. Werbeanzeige für Gardinen des Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 45, S. 15.
33 Vgl. Werbeanzeige des Gardinen-Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 37, S. 19.
34 Silbermann: Neues vom Wohnen der Deutschen (West). 1991, S. 138. (Hervorh. im Orig.)
35 Pleister, Werner: Deutschland wird Fernsehland [1953]. In: Grisko, Michael (Hg.): Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens. Reclam. Stuttgart 2009, S. 87-93, S. 90.
36 Vgl. Zielinski, Siegfried: Audiovisionen. Kino und Fernsehen als Zwischenspiele in der Geschichte. Rowohlt. Reinbek bei Hamburg 1989, S. 104.
37 Vgl. Werbeanzeige für Vorhänge des Herstellers Dralon. In: HörZu (1968), H. 41, S. 19.
38 Vgl. Anonymus: Heim und Garten. Die fünfte Wand. In HörZu (1965), H. 45, S. 18.
39 Ebd.
40 Vgl. Siegert, Bernhard: Weiße Flecken und finstre Herzen. Von der symbolischen Weltordnung zur Weltentwurfsforschung. In: Gethmann, Daniel; Hauser, Susanne (Hg.): Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science. Transcript. Bielefeld 2009, S. 19-47.
41 Ebd., S. 29.
42 Vgl. Siegert, Bernhard: Türen. Zur Materialität des Symbolischen. In: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (2010), H. 1, S. 151-170, S. 158.43.
43 Anonymus: Wir richten uns ein: Inseln im Wohnraum, S. 9.

LITERATURVERZEICHNIS

Anonymus: Das Fernsehen wird gemütlich. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 3, S. 2.

Anonymus: Der Vorhang, Kleid des Fensters, In: Haus und Heim (1965), 14. Jg., H. 8, S. 5-8.

Anonymus: Heim und Garten. Die fünfte Wand. In HörZu (1965), H. 45, S.18.

Anonymus: Wir richten uns ein: Inseln im Wohnraum. Das Standardzimmer weicht der persönlichen Einrichtung. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 8, S. 8-10.

Belliger, Andréa/Krieger, David J.: Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: dies. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Transcript. Bielefeld 2006, S. 13-49.

Cuntz, Michael: Agency. In: Bartz, Christina/Jäger, Ludwig/Krause, Marcus/Linz, Erika (Hg.): Handbuch der Mediologie. Signaturen des Medialen. Fink. München [u.a.] 2012, S. 28-40.

Degele, Nina: Einführung in die Techniksoziologie. Fink. München 2002.

Hickethier, Knut: Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells. In: montage AV, Nr. 1, 1995, S. 63-84;

Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 2000.

Latour, Bruno: Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Suhrkamp. Frankfurt am Main 2010.

Lemma „open plan". In: Curl, James Stevens (Hg.): A Dictionary of Architecture and Landscape Architecture. 2. ed. Oxford UP. Oxford 2006.

Pleister, Werner: Deutschland wird Fernsehland [1953]. In: Grisko, Michael (Hg.): Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens. Reclam. Stuttgart 2009, S. 87-93.

Siegert, Bernhard: Türen. Zur Materialität des Symbolischen. In: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung (2010), H. 1, S. 151-170.

Siegert Bernhard: Weiße Flecken und finstre Herzen. Von der symbolischen Weltordnung zur Weltentwurfsforschung. In: Gethmann, Daniel; Hauser, Susanne (Hg.): Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science. Transcript. Bielefeld 2009, S. 19-47.

Silbermann, Alphons: Neues vom Wohnen der Deutschen (West). Verlag Wissenschaft und Politik. Köln 1991.

Silbermann, Alphons: Vom Wohnen der Deutschen. Eine soziologische Studie über das Wohnerlebnis. Westdeutscher Verlag. Köln [u.a.] 1963.

Spigel, Lynn: Welcome to the Dreamhouse. Popular Media and Postwar Suburbs. Duke UP. Durham [u.a.] 2001.

Steinmaurer, Thomas: Tele-Visionen. Zur Theorie und Geschichte des Fernseh-Empfangs. Studien-Verlag. Innsbruck [u.a.] 1999.

Sywottek, Arnold: Zwei Wege in die „Konsumgesellschaft". In: Schildt, Axel/Sywottek, Arnold (Hg): Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er Jahre. Dietz. Bonn 1998, S. 269-274.

Tichi, Cecilia: Electronic Hearth: Creating an American Television Culture. Oxford UP. New York 1991.

Warnke, Martin: Zur Situation der Couchecke. In: Habermas, Jürgen (Hg.): Stichworte zur ‚Geistigen Situation der Zeit'. 2. Band: Politik und Kultur. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 1979, S. 673-687.
Werbeanzeige des Gardinen-Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 37, S. 19.

Werbeanzeige „Ein Westdeutscher Teppich. Dein Teppich. Insel der Gemütlichkeit“. In: Die Innenarchitektur (1959), 7. Jg., S. 191.

Werbeanzeige für Gardinen des Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 45, S. 15.

Werbeanzeige für Vorhänge des Herstellers Dralon. In: HörZu (1968), H. 41, S. 19.

Zielinski, Siegfried: Audiovisionen. Kino und Fernsehen als Zwischenspiele in der Geschichte. Rowohlt. Reinbek bei Hamburg 1989.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1. pixabay.de

Abb. 2: Sitz-/Fernseh-Insel. In: Anonymus: Wir richten uns ein: Inseln im Wohnraum. Das Standardzimmer weicht der persönlichen Einrichtung. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 8, S. 8- 10, S. 10.

Abb. 3: Schallschluckender Flokati-Teppich. In: Anonymus: Das Fernsehen wird gemütlich. In: Haus und Heim (1960), 9. Jg., H. 3, S. 2.

Abb. 4: Gastliche Teppiche. In: Werbeanzeige „Ein Westdeutscher Teppich. Dein Teppich. Insel der Gemütlich- keit“. In: Die Innenarchitektur (1959), 7. Jg., S. 191.

Abb. 5: Gardinenkulturen. In: Anonymus: Der Vorhang, Kleid des Fensters, In: Haus und Heim (1965), 14. Jg., H. 8, S. 5-8. S. 8.

Abb. 6: Genderspezifische Abschottung von Außen. In: Werbeanzeige für Gardinen des Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 45, S. 15; Werbeanzeige des Gardinen-Herstellers Diolen. In: HörZu (1963), H. 37, S. 19.

Abb. 7: Raumtrennender Vorhang. In: Werbeanzeige für Vorhänge des Herstellers Dralon. In: Hörzu (1968), H. 41, S. 19.

Abb. 8: Raumtrenner als „fünfte Wand“ im Wohnraum. In: Anonymus: Heim und Garten. Die fünfte Wand. In HörZu (1965), H. 45, S. 18

UNVERÄNDERLICH, MOBIL, KOMBINIERBAR:
RAUMZEITLICHE VERSCHRÄNKUNGEN VON KLEIDUNG UND MÖBELN

Abb. 1

von Anna Kamneva

Wohnen und modisches Handeln gingen im Laufe der Kulturgeschichte mehrfach Verbindungen ein, wobei die enge Verknüpfung zwischen Wohnraumgestaltung und Bekleidung weit über stilistische Gemeinsamkeiten wie Ornamente, Formen, Konturen und Texturen hinausging. Kleidung, Wohnräume und Wohngegenstände wie Möbel und Heimtextilien spiegeln den Zeitgeist einer Epoche wider und sind unter dem

Abb. 2

Einfluss des Modewandels in der Lage, sich schnell den Veränderungen des geistigen und körperlichen Empfindens des Menschen anzupassen und prägen dieses mit. “Furniture is a kind of dress, dress is a kind of furniture, which both mirror the mind of their owner, and the temper of the age; which both minister to our comfort and culture, and they ought to be considered together“[1], schrieb Essayistin Mary Haweis 1881. In ihrem konstanten Bezug zum menschlichen Körper – ob nachahmend oder formend, unterstützend oder negierend, ausweitend oder einschränkend, verbindend oder trennend, entblößend oder schützend – sind Bekleidung und Einrichtungsgegenstände im Laufe ihrer Lebenszyklen auf die gegenseitige räumliche und zeitliche Kompatibilität und Übersetzbarkeit angewiesen. Im Zuge ihrer Implementierung in die Alltagsrituale – im wiederholten Ein- und Ausrichten, An- und Ausziehen – können Körper, Kleider, Räume und Möbel zu hybriden Formationen verschmelzen, wie z.B. die Arbeiten des amerikanischen Künstlers Allan Wexler „Four People Wearing a Table“ und „Four Shirts Sewn Into a Table“ (Abb. 1, 2) verdeutlichen. Im Folgenden möchte ich aufzeigen, dass Mode als raumzeitlicher Indikator für die Festigkeit solcher Formationen angesehen werden kann, wobei ich Unveränderbarkeit, Mobilität und Kombinierbarkeit als Kriterien der paradoxen modischen Persistenz benenne. Um diese stabilisierende Zyklizität zu erreichen, legt die Mode ihr spezifisches, ästhetisch synchronisierendes raumzeitliches Raster über die Zusammenschlüsse von Körper, Kleid, Interieur (sowie weitere Umgebungen), manipuliert ihre intrinsischen Geltungszyklen und fasst sie zu einem Moderaum zusammen.

STABILITÄT IM WANDEL

In den Diskursen um das Wechselverhältnis von Kleidung bzw. Textilien und Architektur wird häufig auf die materiell, funktional, ökonomisch, ästhetisch und gesellschaftlich bedingte Asynchronität des Stilwandels hingewiesen: Die solide, gegen die Zeit gerichtete, großräumige und fest verankerte Architektur steht im Gegensatz zu weichen, vergänglichen und schnelllebigen Textilien und Kleidung, während dem Interieur ein liminaler Platz zwischen den beiden Kategorien eingeräumt wird.[2] Nach dem Zerfall der antiken Kultur lässt sich in Europa eine verschränkte Beziehungskonstellation zwischen Kleidung und Möbeln im privaten Wohnbereich seit der Spätgotik nachzeichnen.[3] Zu dieser Zeit waren die vestimentären Zyklen mit Hilfe von Nachahmungsdrang eliminierenden Kleiderordnungen in eine Dauerschleife gezwungen, die eine sozialräumliche Trennung der Stände ästhetisch begreifbar machten und die Verbreitung bestimmter bekleidungsbezogener Praktiken künstlich einschränkte. Für die Einrichtung des Wohnbereichs gab es dagegen keine vergleichbaren Vorschriften, da ohnehin nur die oberen Schichten die Raumausstattung gemäß dem aktuellen Zeitgeschmack ökonomisch und praktisch bewerkstelligen konnten.[4] Diese Regulierung ist ein Hinweis auf die Notwendigkeit, den materialimmanenten Eigenschaften der Kleidung bzw. Textilien – Flexibilität, Sinnlichkeit und Vergänglichkeit[5] – zur Stabilisierung gesellschaftlicher Ordnungen entgegenzuwirken. Denn diese Eigenschaften begünstigen Mobilität in Raum und Zeit: Flexibilität und Körpernähe erleichtern symbolische sowie materiell-solide Raumüberwindung; Vergänglichkeit erfordert schnellen Wechsel. Aufgrund dieser Beweglichkeit wies Georg Simmel in seiner „Philosophie der Mode" darauf hin, dass Kleidung eines der wirkungsvollsten Mittel ist, Angehörigkeit zu höheren Schichten zu suggerieren und somit soziale Mobilität zu markieren.[6]

Eine radikal entgegengesetzte Strategie, die sich insbesondere seit der Moderne[7] beobachten lässt, ist es, Kleidung und Möbel gerade aufgrund ihrer potentiellen Mobilität in Raum und Zeit als Mittel der gesellschaftlichen Stabilisierung zu nutzen. Diese Stabilisierung, so die These der Soziologin Elena Esposito, wird mithilfe des Phänomens der Mode seit dem 17. Jahrhundert gesteuert.[8] In der Vormoderne, insbesondere in der Zeit vom 13. bis 16. Jahrhundert, bestätigte die Sachdimension in Form von Kleidung, Schmuck etc. die hierarchische Struktur der Gesellschaft (Sozialdimension). Mit der fortschreitenden Schwächung der hierarchischen Gesellschaftsorganisation entstanden allerdings Allianzen zwischen der Sozialdimension und der Zeitdimension auf der Suche nach Neuheit, bei denen die „Unbestimmtheiten sich auf beiden Ebenen gegenseitig stützten und neutralisierten."[9] So argumen-

tiert Esposito, dass im stetigen Modewechsel „Stabilität als Ergebnis einer anspruchsvollen Form der Verknüpfung von Instabilitäten“[10], in der „Verbindlichkeit des Vorübergehenden“ erzeugt wurde. Kleiderordnungen wären somit die Domäne der Sachdimension, während in der Moderne die Mode über die Zeitdimension bestimmte und auf diese Weise die Gesellschaft stabilisierte. „Fashion is society made durable“, könnte man in diesem Sinne den berühmten Satz des Begründers der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) Bruno Latour umformulieren[11], der seine Aussage auf Technik als Ergebnis der Verhärtung von gesellschaftlichen Praktiken bezog.

SYNCHRONISATION VON HAUS UND KLEID

Der in der Moderne erhobene Anspruch, die flüchtige Zeit, die Gegenwart ästhetisch begreifbar zu machen, beschränkt sich nicht auf den spiralförmigen Wechsel von in-out, neu-alt. Es gilt außerdem, Gleichzeitigkeitskonstellationen in der Sachdimension zu schaffen, denn „gegenwärtig sein heißt gleichzeitig sein mit etwas anderem, und diese Gleichzeitigkeit muss immer eigens durch geeignete Operationen der Übertragung, der Überbrückung, der Abstimmung und ihre Werkzeuge hergestellt werden“[12]. Raum- und zeitübergreifende Gegenstände und Praktiken aufeinander abzustimmen, kann als Stabilisierungsmechanismus fungieren, beispielsweise wenn die flüchtigen Kleidermoden und die sich langsamer ändernden

Abb. 3

Möbeldesigns modisch aufeinander abgeglichen werden.

Der Gedanke, den modischen Körper mit seiner Umgebung zu synchronisieren, kam als erklärtes ästhetisches Ziel im Barock auf, wurde im 19. Jahrhundert unter der Bezeichnung des Gesamtkunstwerks auf dem Terrain der Literatur, der bildenden, darstellenden und angewandten Künste kultiviert und zum Programm solcher künstlerischen Reformbewegungen wie „Arts and Crafts“ sowie im 20. Jahrhundert zum Leitprinzip der Bauhaus-Schule. Grundlage für solche Synchronisationsprozesse sind strukturelle, ästhetische, materielle, atmosphärische und zeitliche Projektionen und Einschreibungen des bekleideten Körpers in den eingerichteten Wohnraum und umgekehrt. Auf individueller Ebene sind sie ein wichtiger Teil von Identitätsbildung und performativer Inszenierung des Selbstbildes – Beverly Gordon spricht in diesem Zusammenhang von Projektion und Exten-

sion des Selbst in den Raum.[13] Der französische Schriftsteller und Philosoph Denis Diderot (Abb. 3) beschreibt 1772 in seinem Essay „Gründe, meinem alten Hausrock nachzutrauern“, wie engmaschig die Verkettung zwischen Kleidung und Wohngegenständen unter stilistischen Gesichtspunkten verläuft. Er bekommt einen prächtigen roten Morgenmantel geschenkt und sieht sich gezwungen, im Sinne des Gesamtkunstwerkes seine ganze Einrichtung graduell zu wechseln, um neue Kleider-Möbel-Verkettungen aufzubauen: „Ich war ganz und gar Herr meines alten Hausrocks; ich bin zum Sklaven des neuen geworden“[14], schreibt er. Zunächst muss sein Rohrstuhl, dann sein Holztisch, dann die Bergamo-Tapete, daraufhin das fichtene Brett mit Büchern und schließlich Kupferstiche und Gipsabgüsse in Abstimmung auf den Morgenmantel durch luxuriösere Pendants ersetzt werden (Abb. 4). So weicht beispielsweise der Rohrstuhl einem Maroquinsessel, das Brett einem Intarsienschrank und die Tapete einem Behang aus Damast. In der Sprache der Akteur-Netzwerk-Theorie formuliert, verursacht der mächtige vestimentäre Eindringling einen Konflikt im bisher stabilen Wohnnetzwerk und stößt einen Prozess aus Transformationen und Übersetzungen an, um ein neues zu bilden. Diderot zeigt, dass die scheinbare Gleichzeitigkeit des Gesamtkunstwerks im modisch-räumlichen Konsens immer prozesshaft ist. Bestehende Kleider- und Möbelzusammenschlüsse werden ständig neu ausgehandelt, müssen mobilisiert und graduell aufeinander abgestimmt werden. Die Handlungsmacht des Morgenmantels ist in diesem Fall größtenteils durch seine Mobilität bedingt. Von allen aufgezählten Gegenständen, die entweder vom größeren pragmatischen oder sentimentalen Wert schwerer zu transportieren oder stärker mit anderen Entitäten verbunden sind (der Tisch ist z.B. mit Büchern und Papieren bedeckt), ist das Kleidungsstück am leichtesten zu ersetzen, und somit kann er bzw. seine Nachfolger immer wieder neue modische Zyklen anstoßen.

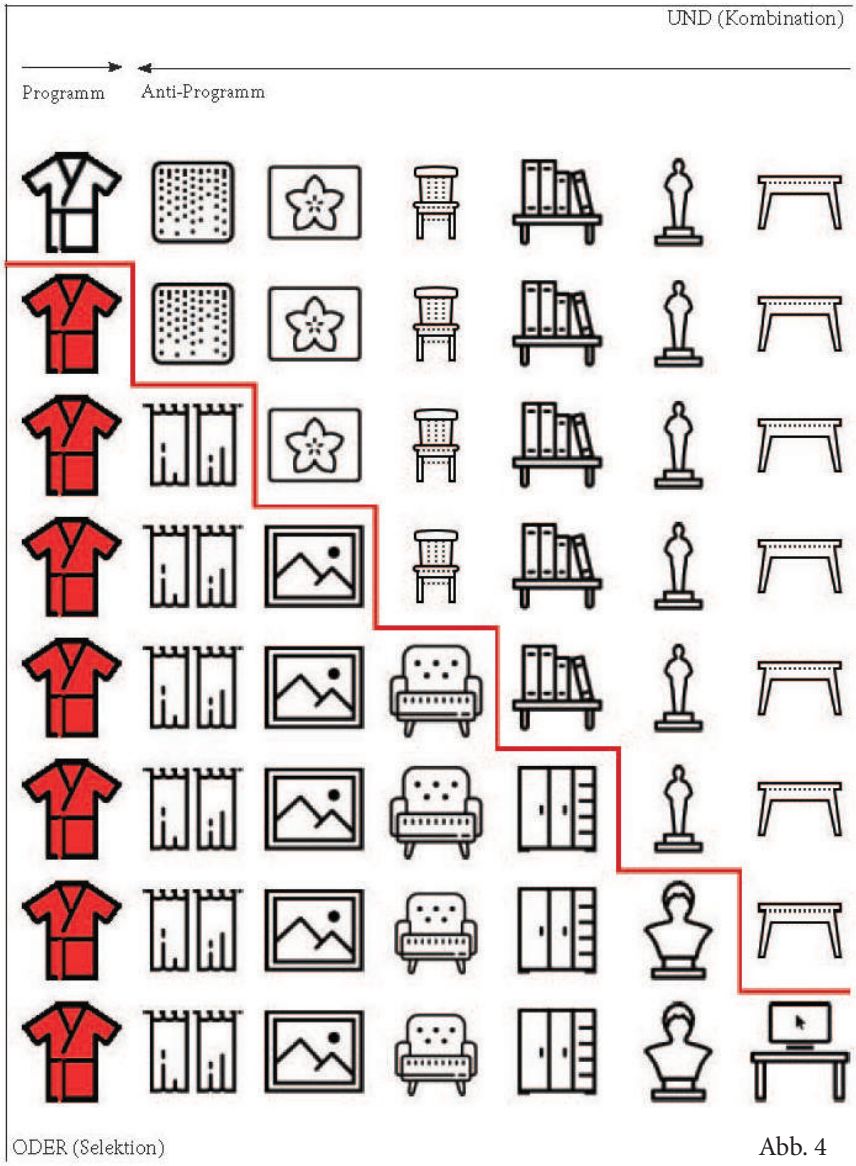


Abb. 4

IMMUTABLE MOBILES

„Liebe Freunde, haltet an den Freunden [gemeint sind Morgenmäntel, Tische, Stühle & Co., AK] fest, die euch geblieben sind“[15], resümiert Diderot augenzwinkernd. Doch wie kann es gelingen, solche Freundschaften zu stärken, solche Allianzen zu stabilisieren?

In seiner Kritik an der westlichen Moderne[16] widmete sich Bruno Latour der Frage, welche Praxen und Techniken ihre Wissenskultur prägten und die erfolgreiche sowie dauerhafte Durchsetzung ihrer Prinzipien bewirkten. Er fand eine Antwort auf dem Terrain der Medien: im Buchdruck, der Linearperspektive, den kartographischen Erfindungen, der Camera Obscura etc.[17] Dabei ermittelte Latour zwei Eigenschaften, die diesen Medientechniken und -praxen innewohnen, Unveränderbarkeit und Mobilität, und nannte sie entsprechend *Immutable Mobiles*. Je stärker die beiden Eigenschaften in den Entitäten ausgeprägt sind, so Latours These, desto mehr organisatorische, machtbezogene Vorteile haben sie in Allianzbildungsprozessen innerhalb des Umfeldes, in das sie implementiert werden. Latour spezifiziert: „Man muss Objekte finden, die mobil, aber auch unveränderlich, präsentierbar, lesbar und miteinander kombinierbar sind.“[18] Am Beispiel des Buchdrucks erläutert er: „Die Druckerpresse ist offensichtlich eine machtvolle Ursache dieser Art. Unveränderbarkeit wird durch den Prozess des Druckens vieler identischer Kopien sichergestellt, Mobilität durch die Anzahl der Kopien, das Papier, die beweglichen Lettern. Die Verbindungen zwischen verschiedenen Orten in Zeit und Raum werden von dieser phantastischen Beschleunigung unveränderlich mobiler Elemente, die irgendwo in allen Richtungen Europas zirkulieren, vollständig modifiziert. […] Zum ersten Mal kann eine Örtlichkeit andere, in Raum und Zeit weit entfernte Orte akkumulieren und sie dem Auge synoptisch präsentieren; diese synoptische Präsentation kann, einmal überarbeitet, verbessert oder unterbrochen, noch besser ohne Modifikation an anderen Plätzen verbreitet und zu anderen Zeiten verfügbar gemacht werden.“[19] *Immutable Mobiles* zeichnen sich somit durch eine besondere Form von Beherrschung von Raum und Zeit aus[20], aus der sie ihr machbezogenes, gesellschaftsstabilisierendes Potential schöpfen. Eine ähnliche Akkumulation bzw. Verdichtung entfernter Orte mithilfe von *Immutable Mobiles* in Form von Kleidung und Möbeln, so möchte ich im Folgenden argumentieren, lässt spezifische Moderäume entstehen, deren Stabilität an Unveränderbarkeit, Mobilität und Kombinierbarkeit ihrer Entitäten gebunden ist.

RAUM UND ZEIT MODISCH BEHERRSCHEN

In ihrem Umriss der Orte und Räume der Mode prägt Gertrud Lehnert den Begriff des Modekörpers und definiert ihn als Amalgamierung des Körpers mit Kleidung und Schmuck (in meiner Argumentation möchte ich die These durch Einbeziehung von Wohngegenständen erweitern), die im Zusammenschluss eine neue räumliche Entität ergeben.[21] Als räumliche Figurationen interagieren Modekörper ausrichtend, mobilisierend, konstitutiv und affektiv mit ihrer Umgebung: „Es geht um eine Art des Umgangs mit der Welt als raumzeitliches Kontinuum; um eine Choreografie von bewegten, dreidimensionalen Körpern im Raum, der auf diese Weise überhaupt erst definiert wird."[22] Dieser spezifische Moderaum, so Dagmar Venohr in ihrer Begriffsbestimmung des Modehandelns, wird im wahrnehmenden Vollzug in – und insbesondere zwischen – Artefakten und Medien, welche die Mode temporär inkorporiert und durchdringt, erfahrbar und aushandelbar.[23]

Im Kontext der vestimentären und designbezogenen Mode lassen sich zwei Tendenzen erkennen, die ich als basale Operationen des modischen Handelns herausstellen möchte: Verräumlichung und Verzeitlichung[24] des Modekörpers. Je stärker die beiden Tendenzen in einer Kombination von Entitäten und damit verbundenen Handlungen ausgeprägt sind, desto wirksamer sind sie in der Konstitution und Stabilisierung eines Moderaums. Verräumlichung bildet die strukturelle Voraussetzung für modische Uniformierungsprozesse. Modetheoretikerin Gabriele Mentges betont, dass Mode und Uniformität keine Gegensätze darstellen, sondern strukturelle Gemeinsamkeiten aufweisen (Standardisierung, Serie, Reproduktion, Masse) und aufeinander angewiesen sind: „Mode und Uniformität verhalten sich spiralförmig zueinander: Modisches Verhalten führt zwangsläufig zum (konformen) Uniformen. Und umgekehrt stiftet konforme (uniforme) Kleidung neue modische Varietät."[25] Mit Blick auf ihre Struktureigenschaften spricht Mentges Uniformen in der Organisation von Handlungsräumen eine besondere Vernetzungsfähigkeit zu.[26] So verhilft die Uniformierung der Mode zur Raumbeherrschung – im militärischen Kontext fungieren Uniformen beispielsweise als unmittelbare Markierung territorialer Beanspruchung. Als ästhetische Formationen lassen sich Uniformierungen erfahren, wenn die Entitäten in ihrer mustergültigen Kombinierbarkeit simultan, im syntagmatischen Nebeneinander positioniert sind: „Die Bildlichkeit der Uniformierung entsteht […] als Ergebnis temporär begrenzter Verräumlichungsprozesse, denen man von einer prä-

zisen Warte aus ansichtig wird."[27] Gegenüber der Raum beherrschenden Uniformierung verweist die modische Reproduktion in der Zeit auf iterative Konservierungsprozesse bei Phänomenen wie Tracht oder Stilbildung. Trachten, so beispielsweise Vischer, seien Moden, die überdauern, sich gegen den Wechsel durchsetzen und in der Wiederholung bewehren: „Mode also spielt und spielt und wirft manchmal ein zufällig gutes, manchmal höchst verkehrtes Teil ihrer raffiniert lauschen Erfindungen über die Stadtmauer auf die Acker, wo sie vom Landvolk aufgegriffen und nach und nach zum altersheiligen Erbstück, also zur Tracht wird."[28] In diesem Prozess der Tracht-Werdung setzt sich die Mode Schritt für Schritt gegen mehrere Zeitkontexte durch. Dieser Prozess lässt sich als Verzeitlichung beschreiben, bei der Kleidungspraktiken traditionsgebunden auf die Funktion der Speicherung zielen. Im Gegensatz zur Uniformierung als Basisoperation der modischen Verräumlichung ist die Verzeitlichung verdichtend statt vernetzend, nach Innen statt nach Außen gerichtet. In poststrukturalistisch-diachronen Modellen der Mode ist die Verzeitlichung für die Entstehung von Neuem in der Reproduktion des Alten zuständig, das von jeweiligen zeitlichen Kontexten mitgefärbt wird. Wenn Jean Baudrillard von der notorischen Retroorientiertheit der Mode spricht, beruft er sich auf ihre Tracht- oder Stilaffinität, die es erlaubt, symbolisch zu vergangenen Zeitpunkten zurückzukehren und diese in der Gegenwart abzurufen: „Die Mode setzt immer eine tote, abgestorbene Zeit von Formen voraus, also eine Art Abstraktion, durch die die Formen – außerhalb des Zeitablaufs – zu effektiven Zeichen werden, die – gewissermaßen durch eine Verkehrung der Zeit – zurückkehren können und die Gegenwart mit ihrer Inaktualität besetzen, das heißt mit dem ganzen Charme der Wiederholung von Vergangenem, die der Entwicklung von Strukturen entgegengesetzt ist."[29]

Kleidung und Möbel erhalten in der Moderne, wenn, wie Esposito es formuliert, die Beständigkeit des Unbeständigen zum Hauptprinzip der Mode wird[30], ausgeprägte Eigenschaften von *Immutable Mobiles*, die Raum und Zeit mithilfe der Verräumlichung und Verzeitlichung modisch beherrschen können. Diese Merkmale, wie ich im Folgenden am Beispiel des Zusammenschlusses vom männlichen Anzug mit dem Freischwinger-Stuhl verdeutlichen möchte, äußern sich in der relativen Unveränderbarkeit im Rahmen der Mobilität der Mode – und werden dadurch zu ausschlaggebenden Kriterien der raumseitlichen Positionierung der Modekörper in der Organisation der Moderäume.

EIN BUND FÜR VIELE LEBEN

Ein Cartoon von Paul Simmel aus dem Jahr 1933 zeigt eine erfolgreiche und eine gescheiterte Modeallianz zwischen Kleidung und Möbeln (Abb. 5). Bei der Demonstration des neumodischen hinterbeinlosen Freischwinger-Stuhls verschmilzt der schlaksige, eckig gebaute Verkäufer im schneidigen schwarzen Anzug mit dem schlanken Stahlmöbel in lässiger Souveränität, wohingegen die korpulente, reichlich mit Accessoires ausgestattete

Abb. 5

Dame in einem flatternden Sommerkleid vom Stuhl schwungvoll aus dem Fenster des Geschäfts befördert wird. Die Karikatur macht deutlich, dass der Stahlrohrstuhl nur in Kombination mit bestimmten männlichen Haltungen, Gesten[31], der Körperform und Bekleidung unfallfreies Sitzen ermöglicht. Kombiniert bestätigen sich Freischwinger und Anzugträger in ihrer modischen Geltung – die Dame ist dagegen, im wahrsten Sinne des Wortes, out. Der Freischwinger und der männliche Anzug erweisen sich aufgrund ihrer raumzeitlichen Kompatibilität als synchronisierbar und somit als mächtige Alliierte. Zwischen den Entitäten, so zumindest die Unterstellung der Karikatur, entsteht ein zu einem Modekörper

verschmolzenes Gesamt-kunst-netz-werk. Doch modisch wirksame, machtbezogene Stabilität erreicht die Konstellation erst dann, wenn sich die Entitäten als *Immutable Mobiles* in ihrer Unveränderlichkeit, Mobilität und Kombinierbarkeit erfolgreich vieler anderer Netzwerke ermächtigen. Schritt für Schritt, nach dem Vorbild des Diderot-Zimmers, müssen sie sich gegen unterschiedliche räumliche und zeitliche Kontexte durchsetzen. Mithilfe der Mechanismen der Verräumlichung und Verzeitlichung können sie, wie der Buchdruck mit beweglichen Lettern im oben angeführten Zitat von Latour „in Raum und Zeit weit entfernte Orte akkumulieren" und so viele reproduzierte und verteilte Modekörper zu einem Moderaum verdichten. Ähnlich der seriell gedruckten Buchexemplare verkörpern sowohl der Freischwinger als auch der Anzug auf Ebene der Gestaltung moderne Maximen wie Standard, Typisierung, Reproduzierbarkeit, Formreduktion, Abstraktion, Flexibilität (d.h. Stabilisierung durch Mobilität), die ihrem Design symbolisch wie materiell einge-

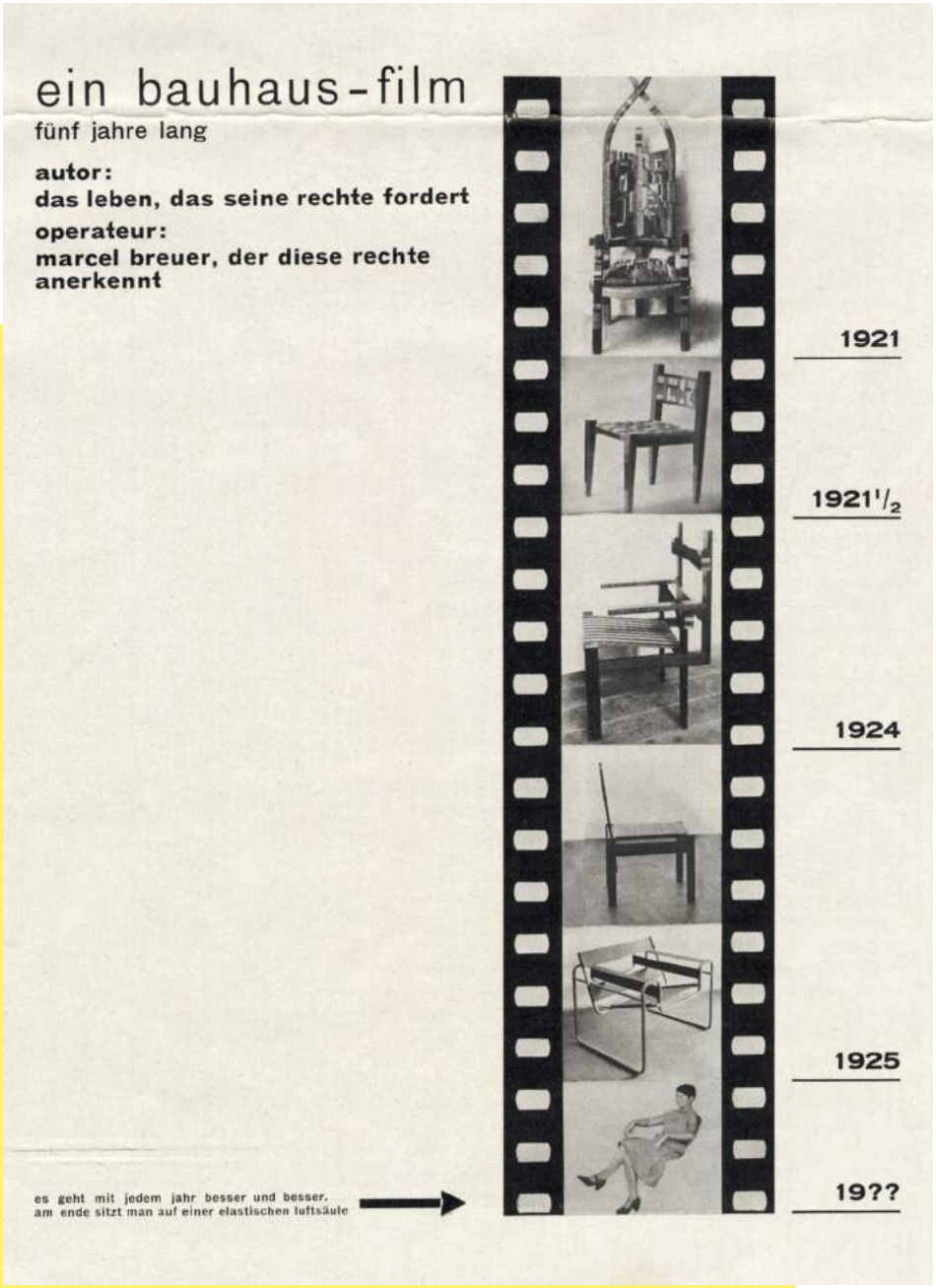


Abb. 6

Breuer, Marcel: „ein bauhaus-film. fünf jahre lang", 1926, aus Bauhaus. 1. Jg. 1926. 42 x 29,7 cm.

Abb. 7

schrieben sind. Dies sind Kriterien der Formalisierung[32], die ihre Kombinierbarkeit und Anschlussfähigkeit an andere Netzwerke in Raum und Zeit garantieren.

Der Prototyp des Freischwingers wurde 1926 vom niederländischen Architekten Mart Stam entwickelt. Durch das Fehlen der Hinterbeine sollte der Rohrstuhl Elastizität bei gleichzeitiger Stabilität signalisieren, Leichtigkeit, Beweglichkeit und Transparenz zum Ausdruck bringen, sowie „durchsichtiger, klarer und luftiger Hintergrund der menschlichen Figur und des Privatlebens sein."[33] Im Streben nach universeller, kontextunabhängiger Einsetzbarkeit sollte seine Kombinierbarkeit mit „bewegliche[n] Wände[n] mit Lehrtafeln, welche die Bedürfnisse unserer Zeit [Ende 1920er Jahre, AK] illustrieren […][34]", gewährleistet sein. Marcel Breuer, der die wohl bekannteste, bis heute von der Firma Thonet produzierte Version des Freischwingers B32 entwickelte, drückte die moderne Utopie der Luzidität und Formreduktion bis hin zur imaginären Auflösung des Produkts (Abb. 6) in seiner Fotomontage „ein bauhaus-film" so aus: „es geht mit jedem jahr besser und besser. am ende sitzt man auf einer elastischen luftsäule."[35] In dieser selbstironischen Darstellung ist das ‚Luftmöbel' ein Immutable Mobile schlechthin – universell einsetzbar, zeitlos, mit Lichtgeschwindigkeit transportierbar. Doch während die Formalisierung in diesem Kontext in erster Linie ein Instrument der Verzeitlichung ist, kommt im praktischen Einsatz des Freischwingers seine raumgreifende und ordnende Uniformität zur Geltung. Während der avantgardistische Stahlrohrstuhl für den privaten Gebrauch zunächst als zu kalt und ungemütlich empfunden wurde[36], entfaltet er im öffentlichen Bereich (Abb. 7), in musterhafter

Stapelbarkeit und Anreihbarkeit, im simultanen Auf- und Nebeneinander, seine Affinität zum Uniformen.

Dies gilt ebenso für die Uniform des modernen Mannes, den Anzug, dem Raum- und Zeitüberwindung inskribiert sind. Handwerkshistorisch wurzelt der Beruf des Herrenschneiders in der Herstellung von Rüstungen.[37] So weist der Anzug eine strukturelle Tendenz zur Militäruniform auf und dient bis heute der Standardisierung, Disziplinierung und Mobilisierung des männlichen Körpers. Aus diesem Grund wird der Anzug mit gesellschaftlicher Stabilität und Macht assoziiert: Er sei „[…] die Phantasievorstellung der modernen Form als dem geeigneten materiellen Gefäß für Schönheit und Macht, für positive Sexualität. Um alle diese Dinge auszudrücken, empfehlen die modernen Regeln des materiellen Designs, dass alle Linien, Formen und Abmessungen, wie immer sie arrangiert sind, ein visuelles Modell dynamischer Kohärenz produzieren sollten […]“[38], schreibt Anne Hollander. Als Business-Uniform des dynamischen, erfolgreichen Mannes zielt er auf Serialität, Konformität und signalisiert organisatorische Zugehörigkeit. Diese machtaffine, raumgreifende Komponente unterscheidet den Anzug vom extravaganten Diderot-Hausrock, der als so genannte Künstler-Uniform[39] ihren stilistischen Wiedererkennungswert auf Individualisierung statt Verbreitung, Konzentration statt Vernetzung, Zeit- statt Raumbeherrschung aufbaut. Doch auch gegen die Zeit vermag sich der Anzug durchzusetzen: Aus der Dandymode der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts hervorgegangen, hat er sich bis heute nicht gravierend verändert. Aus diesem Grund wird er als Beispiel für Tempoverschiebungen bei Stilentwicklungen zwischen vestimentärer Mode und Wohnkultur angeführt: „Als […] im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts der Historismus in der Damenmode, der Raum- und Möbelkunst, der Architektur und anderen Zweigen der angewandten Kunst blühte, da vollzog die Herrenmode bereits den Schritt ins 20. Jahrhundert“[40], behauptet Sonja Wüsten. Wobei sich argumentieren lässt, dass das Möbeldesign mit dem Aufkommen des seriell produzierbaren und für den Transport zerlegbaren Thonet-Stuhls Nr. 14[41] in den 1850er Jahren in seinen Eigenschaften als Immutable Mobile mit den Innovationen in der Männerkleidung Schritt halten konnte, scheint doch spätestens mit dem Freischwinger eine modische Symmetrie in der raumzeitlichen Verschmelzung zweier Sachkategorien zu einem Gesamtkunstwerk hergestellt worden zu sein.

Als unveränderliche, mobile und kombinierbare Elemente demonstrieren Anzug und Freischwinger ästhetische, stilistische und funktionale Kompatibilität mit ihren wechselnden modischen Umgebungen: Anhand der uniformierenden Raumbeherrschung und tracht- bzw. stilbildenden Wiederholbarkeit in der Zeit, welche sich in der Wiederaufnahme in den Modezyklen äußert, wird in der Etablierung des Moderaums Stabilisierung bis hin zur Universalitätsutopie angestrebt. So scheint der Cartoon von Paul Simmel nach mehr als 70 Jahren mit den gleichen Protagonisten wiederaufführbar. 2006 entwarf der Designer Fabio Novembre eine Hommage an den Panton Chair (1955), einen berühmten Freischwinger-Nachfolger. Auf einem Bild aus der dazugehörigen Werbekampagne[42], das eine männliche Interieur-Idylle zeigt, ist die uns bekannte Allianz zu erkennen: Eine entblößte Frau entfernt sich aus dem Raum, während im Vordergrund der in einen schwarzen Anzug gekleidete Künstler den Abdruck ihrer extrahierten und in Plastik gegossenen Form mit einer dominanten pygmalionischen Geste liebkost und körperliche Kompatibilität andeutet.

ANMERKUNGEN

1 Haweis, Mary: The Art of Decoration. Chatto & Windus. London 1881, S. 17.
2 Vgl. Potvin, John: The velvet masquerade: fashion, interior design and the furnished body. In: Ders.; Myzelev, Alla (Hg.): Fashion, Interior Design and the contours of Modern Identity. Routledge. London 2010, S. 1-17, hier S. 2.
3 Vgl. Wüsten, Sonja; Wolf, Hilde; Flieger, Brigitte: Mode und Wohnen. Vom Mittelalter bis zur Moderne. Edition Leipzig. Leipzig 1993, S.7.
4 Vgl. ebd., S. 8.
5 Vgl. Mentges, Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. Einige Überlegungen. In: Dies. (u.a.) (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. Ed. Ebersbach. Berlin 2014, S. 11-54.
6 Vgl. Simmel, Georg: Philosophie der Mode: Zwei Essays. Europäischer Literaturverlag. Bremen 2013, S. 7-57.
7 Einige Modetheorien modellieren ihren Untersuchungsgegenstand in Abgrenzung zu Vorschrift orientierten vestimentären Organisationsformen wie Kleiderordnungen, Trachten oder Uniformierungen. So wird Mode häufig als ein spezifisches Phänomen der Moderne angesehen, deren strukturelle Merkmale wie „Dynamisierung, Abwechslung, Rhythmisierung, Flüchtigkeit und Serialität“ (König /Mentges / Müller 2015: 8) als leitende Gestaltungs- und Ordnungsprinzipien der westlichen Kultur dieser Zeit fungieren. Mit dem Begriff der Moderne wird dabei eine Stilrichtung, ein Weltbild, oder eine historische Epoche bezeichnet, die je nach Disziplin und Kontext entweder die Wende zum 16. (die Neuzeit), 19. (das Zeitalter des Bürgertums) oder zum 20. Jahrhundert markiert. Vgl. König, Gudrun M., Mentges, Gabriele; Müller, Michael R.: Die Mode und und Wissenschaften. In: Dies. (Hg.): Die Wissenschaften der Mode. transcript. Bielefeld 2015, S. 7-26, hier S. 9.
8 Vgl. Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 2004, S. 23-28.
9 Ebd., S. 26.
10 Ebd., S. 27.
11 Vgl. Latour, Bruno: Technology is society made durable. In: Sociological Review 38, Nr. 1 (1990), S. 103-131.
12 Engell, Lorenz; Siegert, Bernhard: Editorial In: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung, Nr. 5/2 (2014), S. 177-182, hier S. 177.
13 Gordon, Beverly: Woman's domestic body. The conceptual conflation of women and interiors in the Industrial Age. In: Winterthur Portfolio 31/4 (1996), S. 281-301, hier S. 282.
14 Diderot, Denis: Gründe, meinem alten Hausrock nachzutrauern. Friedenauer Presse. Berlin 1998, S. 3-12, hier S. 4.
15 Ebd., S. 4.
16 Vgl. u.a. Latour, Bruno: Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie. Fischer. Frankfurt am Main 1998.
17 Schüttpelz, Erhard: Die medientechnische Überlegenheit des Westens. Zur Geschichte und Geographie der *immutable mobiles* Bruno Latours. In: Döring, Georg; Thielmann, Tristan (Hg.): Mediengeographie. Theorie - Analyse - Diskussion. transcript. Bielefeld 2009, S. 67-110, hier S. 70.
18 Latour, Bruno: Drawing things together. Die Macht der unveränderlich mobilen Elemente. In: Belliger, Andréa; Krieger, David (Hg.): ANTology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. transcript. Bielefeld 2006, S.259-308, hier S. 266.
19 S. 272, Hervorheb. AK.
20 Vgl. Winkler, Hartmut: Prozessieren. Wilhelm Fink. Paderborn 2015, S. 163-166.
21 Vgl. Lehnert, Gertrud: Von Menschen und Kleidern in Räumen. In: Z+: In Transition: Darstellungsforma-

te im Wandel. ZHdK. Zürich 2013, S. 70-76 (https://blog.zhdk.ch/darstellungsformate/files/2013/01/137.pdf, 10.01.2017); Dies.: Mode als Raum, Mode im Raum. Zur Einführung. In: Dies. (Hg.): Räume der Mode. Wilhelm Fink. München 2012, S. 7-18; Dies.: Der modische Körper als Raumskulptur. In: Erika Fischer-Lichte, Erika (Hg.): Theatralität und die Krisen der Repräsentation. Metzler. Stuttgart 2001, S. 528-549.

22 Lehnert (2001), S. 531.

23 Vgl. u.a. Venohr, Dagmar: ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln. In: Wenrich, Rainer: Die Medialität der Mode. Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft. transcript. Bielefeld 2015, S. 109-126; Dies.: Medium macht Mode. Zur Ikonotextualität der Modezeitschrift. Transctipt. Bielefeld 2010.

24 Die Begriffe der Verräumlichung und Verzeitlichung übernehme ich aus der Analyse der drei zentralen Medienfunktionen als Operationen in Raum und Zeit von Hartmut Winkler. Vgl. Winkler, Hartmut: Prozessieren. Wilhelm Fink. Paderborn 2015, S. 233-254. Ob und inwieweit es sich hierbei um die gleichen Phänomene handeln kann, hängt von der jeweiligen Bestimmung der strukturellen Verschränkungen von Mode und Medien ab.

25 Mentges, Gabriele: Die Angst vor der Uniformität. In: Dies.; Richard, Birgit: Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Campus Verlag. Frankfurt a. M. 2005, S. 17-42, hier S. 41.

26 Vgl. ebd., S. 40.

27 Ebd., S. 31.

28 Vischer, Friedrich Theodor: Mode und Cynismus. Beiträge zur Kenntniß unserer Kulturformen und Sittenbegriffe. Vero. Stuttgart 1879, S. 29.

29 Baudrillard, Jean: Der symbolische Tausch und der Tod. Matthes & Seitz. München 1982, S. 134.

30 Aus diesem Grund erweist sich die Mode als besonders tückisch: Der Universalitätsutopie [Ausbreitung, Wiederholbarkeit in Raum und Zeit] steht die Illusion der radikalen Individualität bis hin zur Inkommensurabilität [Einzigartigkeit in Raum und Zeit] gegenüber, zwischen denen die Mode oszilliert. Im Kreislauf der Mode folgt auf „weniger ist mehr“ unweigerlich „mehr ist lustiger“, wie der zeit- und kulturübergreifende Einführungsbeitrag von Iris Kolhoff-Kahl in dieser Ausgabe zeigt.

31 „Man kann vielleicht sagen, daß auf diesem Stuhl nur ein Mensch sich wohl fühlen wird, dem die ständige Anspannung modernen Lebens, das Gefühl des Federns und der Schnellkraft noch im Ruhestand zur Existenzbedingung, zum unentbehrlichen Bestandteil seines Lebensgefühls geworden ist.“ Schwab, Alexander, zit. in: Hackenschmidt, Sebastian: „Form followa motion“: Stühle in Bewegung. In: Ders.; Engelhorn, Klaus (Hg.): Möbel als Medien. Beiträge zu einer Kulturgeschichte der Dinge. transcript. Bielefeld 2011, S. 233-255, hier S. 233.

32 Hartmut Winkler zeigt, dass Formalisierung von Zeichen ein Abstraktionsmechanismus ist, der nach dem Prinzip der *Immutable Mobiles* funktioniert: „Formalismen entspringen dem Verfahren, immer mehr Inskriptionen zu mobilisieren, nebeneinander zu legen und zu vergleichen.[…] Formalismen erscheinen als eine besonders stabile Variante der Inskription, weil sie sich von den jeweils konkreten Kontexten besonders unabhängig gemacht haben.“ Winkler (2015), S. 165.

33 Breuer, Marcel, zit. in: Bergmann, Eckart: Marcel Breuers Freischwinger B32/64. Fachhochschule Lippe. Detmold 1997, S. 12.

34 Ebd.

35 Breuer, Marcel, zit. in: Zettl, Reiner: Auskragen und Freischwingen. In: In: Krystufek, Elke; Böhringer, Hannes; Noever, Peter (Hg.): Frei schwingen. Stühle zwischen Architekturmanifest und Materialexperiment. MAK. Wien 2006, S. 15-22, hier S. 17.

36 Vgl. Hackenschmidt, Sebastian: Frei schwingen. Stühle als Materialexperiment. In: Krystufek, Elke; Böhringer, Hannes; Noever, Peter (Hg.): Frei schwingen. Stühle zwischen Architekturmanifest und Materialexperiment. MAK. Wien 2006, S. 31-54, hier S. 43.

37 Vgl. Sprenger, Ruth: Die hohe Kunst der Herrenkleidermacher. Tradition und Selbstverständnis eines Meisterhandwerks. Böhlau. Wien 2009, S. 11.

38 Hollander, Anne: Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung. Berlin-Verlag. Berlin 1995, S.13f.
39 Vgl. Drühl, Sven: Die individuelle Künstler-Uniform. In: Mentges / Richard (2005), S. 115-138.
40 S. den Beitrag von Irka Glock in dieser Ausgabe.
41 Wüsten (1993), S.8f.
42 Vgl. Novembre, Fabrio: Her Chair. 2015. (https://www.markanto.de/blog/her-chair-von-fabio-novembre-fuer-casamania, 13.02.2019).

LITERATURVERZEICHNIS

Baudrillard, Jean: Der symbolische Tausch und der Tod. Matthes & Seitz. München 1982.

Bergmann, Eckart: Marcel Breuers Freischwinger B32/64. Fachhochschule Lippe. Detmold 1997.

Diderot, Denis: Gründe, meinem alten Hausrock nachzutrauern. Friedenauer Presse. Berlin 1998.

Drühl, Sven: Die individuelle Künstler-Uniform. In: Mentges, Garbiele; Richard, Birgit: Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Campus Verlag. Frankfurt a. M. 2005.

Engell, Lorenz; Siegert, Bernhard: Editorial In: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung, Nr. 5/2 (2014), S. 177-182.

Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode. Suhrkamp. Frankfurt a.M. 2004.

Gordon, Beverly: Woman's domestic body. The conceptual conflation of women and interiors in the Industrial Age. In: Winterthur Portfolio 31/4 (1996), S. 281-301.

Hackenschmidt, Sebastian: „Form follows motion": Stühle in Bewegung. In: Hackenschmidt, Sebastian; Engelhorn, Klaus (Hg.): Möbel als Medien. Beiträge zu einer Kulturgeschichte der Dinge. Transcript. Bielefeld 2011, S. 233-255.

Hackenschmidt, Sebastian: Frei schwingen. Stühle als Materialexperiment. In: Krystufek, Elke; Böhringer, Hannes; Noever, Peter (Hg.): Frei schwingen. Stühle zwischen Architekturmanifest und Materialexperiment. MAK. Wien 2006, S. 31-54.

Haweis, Mary: The Art of Decoration. Chatto & Windus. London 1881.

Hollander, Anne: Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung. Berlin-Verlag. Berlin 1995.

König, Gudrun M.; Mentges, Gabriele; Müller, Michael R.: Die Mode und Wissenschaften. In: König, Gudrun M.; Mentges, Gabriele; Müller, Michael R. (Hg.): Die Wissenschaften der Mode. Transcript. Bielefeld 2015, S. 7-26.

Latour, Bruno: Drawing things together. Die Macht der unveränderlich mobilen Elemente. In: Belliger, Andréa; Krieger, David (Hg.): ANTology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Transcript. Bielefeld 2006, S. 259-308.

Latour, Bruno: Technology is society made durable. In: Sociological Review 38, Nr. 1 (1990).

Latour, Bruno: Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie. Fischer. Frankfurt am Main 1998.

Lehnert, Gertrud: Der modische Körper als Raumskulptur. In: Erika Fischer-Lichte, Erika (Hg.): Theatralität und die Krisen der Repräsentation. Metzler. Stuttgart 2001.

Lehnert, Gertrud: Mode als Raum, Mode im Raum. Zur Einführung. In: Lehnert, Gertrud (Hg.): Räume der Mode. Wilhelm Fink. München 2012, S. 7-18

Lehnert, Gertrud: Von Menschen und Kleidern in Räumen. In: Z+: In Transition: Darstellungsformate im Wandel. ZHdK. Zürich 2013, S. 70-76 (https://blog.zhdk.ch/darstellungsformate/files/2013/01/137.pdf, 10.01.2017)

Mentges, Gabriele: Die Angst vor der Uniformität. In: Mentges, Garbiele; Richard, Birgit: Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien. Campus Verlag. Frankfurt a. M. 2005, S. 17-42.

Mentges, Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. Einige Überlegungen. In: Dies. (u.a.) (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. Ed. Ebersbach. Berlin 2014.

Potvin, John: The velvet masquerade: fashion, interior design and the furnished body. In: Potvin, John; Myzelev, Alla (Hg.): Fashion, Interior Design and the contours of Modern Identity. Routledge. London 2010, S. 1-17.

Schüttpelz, Erhard: Die medientechnische Überlegenheit des Westens. Zur Geschichte und Geographie der *immutable mobiles* Bruno Latours. In: Döring, Georg; Thielmann, Tristan (Hg.): Mediengeographie. Theorie - Analyse - Diskussion. Transcript. Bielefeld 2009, S. 67-110.

Simmel, Georg: Philosophie der Mode: Zwei Essays. Europäischer Literaturverlag. Bremen 2013.

Sprenger, Ruth: Die hohe Kunst der Herrenkleidermacher. Tradition und Selbstverständnis eines Meisterhandwerks. Böhlau. Wien 2009.

Venohr, Dagmar: ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln. In: Wenrich, Rainer: Die Me-

dialität der Mode. Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft. Transcript. Bielefeld 2015, S. 109-126.

Venohr, Dagmar: Medium macht Mode. Zur Ikonotextualität der Modezeitschrift. Transcript. Bielefeld 2010.

Vischer, Friedrich Theodor: Mode und Cynismus. Beiträge zur Kenntniß unserer Kulturformen und Sittenbegriffe. Vero. Stuttgart 1879.

Winkler, Hartmut: Prozessieren. Wilhelm Fink. Paderborn 2015.

Wüsten, Sonja; Wolf, Hilde; Flieger, Brigitte: Mode und Wohnen. Vom Mittelalter bis zur Moderne. Edition Leipzig. Leipzig 1993.

Zettl, Reiner: Auskragen und Freischwingen. In: Krystufek, Elke; Böhringer, Hannes; Noever, Peter (Hg.): Frei schwingen. Stühle zwischen Architekturmanifest und Materialexperiment. MAK. Wien 2006, S. 15-22.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Wexler, Allan – Four People Wearing a Table, 1996 © Allan Wexler

Abb. 2: Wexler, Allan – Four Shirts Sewn Into a Table, 1991 © Allan Wexler

Abb. 3: Levitzky, Dimitri – Portrait of Denis Diderot, 1773. (www.wikimedia.org, 13.02.2019).

Abb. 4: Icons. (https://icons8.de/, 13.02.2019).

Abb. 5: Simmel, Paul - 1933. In: Neues Paul Simses-Album. Unveröffentlichte, letzte Arbeiten des Künstlers. Verlag Heinrich Plesken. Stuttgart 1940 7. Auflage, o.S.

Abb. 6: Breuer, Marcel – ein bauhaus-film. fünf jahre lang, 1926. In: Bauhaus 1, 1926. In: Goethe Institut München. (https://www.goethe.de/resources/files/jpg652/marcel-breuer.jpg, 13.02.2019). © Goethe Institut München

Abb. 7: Auswärtiges Amt Berlin. (http://mediendatenbank.thonet.de, 13.02.2019) © Thonet GmbH.

„Wer bin ich?“

ANThropomorphe Zimmereinrichtung und Textilien

von Maike Hübner

Ich bin klein, aber fein. Ich bin nichts ohne die Tür, obgleich sie viel mehr mit mir. Mit ihr spare ich Platz, dennoch biete ich diesen selbst nur begrenzt. Ich bin stark, entlaste Schrank und Garderobe und helfe trotzdem dabei, für Ordnung zu sorgen. Mich gibt es in vielen Farben und Formen und doch tue ich immer das Gleiche.

Wer bin ich?

Solche und ähnliche Rätsel sind aus popkulturellen Zeitschriften, vor allem für Kinder, bekannt und stellen uns einen Gegenstand sprechend aus seiner Perspektive auf uns Menschen als ihre Benutzer vor. Sie lassen uns nicht nur schmunzeln, sondern regen uns auch zum Nachdenken sowie zum kurzzeitigen Perspektivwechsel auf unsere Umwelt an. Vor der Nutzung erfindet der Mensch zunächst Objekte und Apparaturen und tritt in Interaktion mit ihnen. Das obige Rätsel beschreibt eine Verbindung des gesuchten Gegenstands zur Tür. Hinzugefügt werden könnte zum Rätsel noch: Man nennt mich auch „Enudden". So ist er in der Badezimmerkollektion des schwedischen Möbelherstellers IKEA zu finden. Auch andere Einrichtungshäuser, Dekorationsläden oder Baumärkte führen den Gegenstand im Sortiment. Die Lösung lautet: Der Türhaken. Mehrere Haken nebeneinander werden auch als Türgarderobe oder Türhängeleiste bezeichnet. Sie erweitern die Interaktion zwischen Mensch und Tür um den Akteur der Textilien und stellen damit die Akteur-Netzwerk-Theorie, kurz ANT, vor eine Herausforderung. Dass es eine Bedeutung hinter der Operation von Mensch und Tür gibt, daran lässt die ANT keinen Zweifel: Operationsketten bestehen aus der Trias Zeichen-Person-Ding. Doch was ist das Zeichen dahinter, wenn Tür und Kleid durch den Türhaken zusammenfallen? Handelt es sich um eine zweite Ebene des Anthropomorphismus (s. Infobox)?

INFOBOX

Anthropomorphismus

Der Begriff „Anthropomorphismus“ setzt sich aus den griechischen Wörtern „anthropos“ für „Mensch“ und „morphe“ für „Gestalt“ zusammen und beschreibt eine Ähnlichkeit zum Menschen, beziehungsweise eine Vermenschlichung. Laut Bruno Latour hat er zwei Bedeutungen: Zum einen „was Menschengestalt hat“ und zum anderen „was den Menschen Gestalt gibt“.[1] Anthropomorphismen werden zur Beschreibung von Göttern, Naturphänomenen oder Tieren zumeist in den Bereichen der Religion, Psychologie oder Zoologie betrachtet.[2]

„Häng mich auf!“

Anthropomorphismen und Automatismen des Textilen

„Das knallrote Kleid mit dem grünen Kleiderbügel am Türhaken ist ein überraschend leuchtender Kontrast zur Strenge der Betten. Ein frivoler Blickfang.“[3] Barbara Liebster schildert eine Lebendigkeit, die das farbige Kleid am Türhaken in der Fotografie ausstrahlt.

Der Türhaken fällt mit der vestimentären Praxis zusammen. Vielleicht erscheint er deshalb – rein optisch – anthropomorph, weil er die zweite Haut des Menschen trägt, sobald dieser sie abgelegt hat. Auch die Tür als symbolische Schwelle kommt hier zum Tragen: Textilien und Kleidung werden über den Türhaken an der Schwelle positioniert und somit Räumen zugeordnet. Beispielsweise ziehe ich die Jacke beim Eintreten in die Wohnung aus und hänge sie auf oder bringe mein Handtuch und Bademantel an der Badezimmertür an. Die Schwellensymbolik wird verstärkt. Zudem scheint die räumliche Positionierung des Türhakens eine entscheidende Rolle für seine Wirkmacht und die Textilien als Akteure zu spielen.

Ein vergleichbarer Trend findet sich in der Brautmoden- und Hochzeitsfotografie, in der Kleider an einem personalisierten Kleiderbügel für die Aufnahme vor dem Fenster oder an der Tür positioniert werden. Dieses sorgt für eine gewisse Ästhetik und Transparenz des Kleides. Die Übergänge zwischen Kleid und räumlicher Kulisse werden hier symbolisch,

Abb. 1

textuell und bildlich markiert. Die Raumzuordnung des Kleides zum Inneren unterstützt die Schwellensymbolik der Tür oder auch des Fensters. Der Mensch beziehungsweise die Braut als Akteur hängt es bewusst positioniert an ihrem personalisierten, mit ihrem neuen Nachnamen versehenen Bügel auf und hält es anschließend als ihr anthropomorphes Gegenüber auf einem Foto fest. Es ist Ausdruck des zukünftigen Ichs als Ehefrau und rückblickend Zeugnis des getroffenen Eheversprechens. Der Türhaken ist das Verbindungselement der einzelnen Bildkomponenten beziehungsweise der Akteure. Er tritt visuell zwar in den Hintergrund, schafft hier jedoch erst die Möglichkeit der anthropomorphen Repräsentation, da das Kleid liegend keine solche Wirkung erzeugen würde.

„Benutz mich!“

Techniken der Verbindung und Nutzung

Wie die Etymologie nahelegt, kommen im Türhaken zunächst die Objekte Tür und Haken zusammen. Seine genaue Ursprungsgeschichte ist nicht überliefert. In der Form, in der er beispielsweise bei IKEA erhältlich ist, wird er auf der Türoberkante im Spalt zum Türrahmen befestigt. Zumeist besteht er aus Metall oder Holz. Er ist auf die (Be-)Nutzung durch den Menschen angelegt, in der Heimtextilien, wie etwa Handtücher, sowie Bekleidung, hängend an ihm befestigt werden. Dies ist in ihm als Apparatur vorgeschrieben: Er bezieht sich dezidiert auf die Verbindung mit der Tür und erfüllt ohne sie keine andere Funktion, im Gegensatz zu einem Haken, der durch Bohren und Schrauben an der Tür angebracht wird und ebenso gut an jeglicher anderen Oberfläche seinen Zweck erfüllt. Schon die Soziologen Theodor W. Adorno und Georg Simmel waren sich der Wirkmacht der alltäglichen Objekte des menschlichen Gebrauchs bewusst. Sie beschäftigten sich mit der Nutzung der Tür als räumliches Gebilde: In der Tür manifestiert sich das Trennen und Verbinden „als menschliche Leistung“[4]. Simmel schreibt: „Nur dem Menschen ist es, der Natur gegenüber, gegeben, zu binden und zu lösen, und zwar in der eigentümlichen Weise, daß eines immer die Voraussetzung des anderen ist.“[5] Diese Fähigkeit bezieht er auf die Bindung und Lösung von Räumen, die der Mensch durch den Mechanismus der Tür als Durchbruch in der Wand erzeugt. Dementsprechend obliegt die Aufgabe nicht länger ihm, sondern der Tür. Ebenso unpraktisch wie das Schlagen

Abb. 2

Abb. 3

eines Loches in die Wand, um einen Raum betreten zu können[6], wäre es, Kleidung und Heimtextilien nicht aufzuhängen und stattdessen, was naheliegend wäre, auf dem Boden abzulegen. Sie versperren den Durchgang, werden schmutzig und knittern, man findet ein einzelnes Stück nicht wieder, weil man kaum genug Platz hat, um alle Textilien nebeneinander zu lagern, anstatt übereinander. Da wir mehr besitzen, als wir tragen und benutzen können, brauchen wir Ablageorte, wie Kleiderschränke und Garderoben. Weiterhin wäre es genauso kostspielig, einen Menschen zum Portier zu disziplinieren, der die Tür öffnet und schließt[7], wie einen Garderobier zum Verwahren seiner Kleidung.

Infolgedessen erscheint es naheliegend, dass der Mensch seine Kompetenz gegenüber der Natur und damit auch einen Teil seiner Kontrolle an verschiedene, viel verlässlichere Gegenstände delegiert: „[K]leine Bemühungen“ gleichen „mächtige Gewichte“[8] aus. Er befestigt den Türhaken an der Tür, welcher für eine zweite Ebene der Vermittlung zwischen den zwei Zuständen sorgt, indem er sich und auch die Textilien mit der Tür verknüpft und sie umgekehrt wieder von ihnen löst. Im medienwissenschaftlichen Diskurs werden „kulturelle Praktiken, aus denen die technischen Apparate, Instrumente und Artefakte der Kultur hervorgegangen sind“[9], als Kulturtechniken bezeichnet.

„Ich mach das!“

Die Macht des (Nicht-)Menschen

Seit den 90er-Jahren gilt in der Kulturtechnikforschung, dass der Mensch erst über das Ausführen der Kulturtechnik seine Handlungsmacht erlangt; dies macht ihn zum Menschen. Kulturtechniken werden im Sinne der Akteur-Netzwerk-Theorie als „Operationen, die als Netzwerke funktionieren und an denen menschliche und nichtmenschliche Akteure beteiligt sind“[10] verstanden. Die paradoxe Negation des Menschlichen bei gleichzeitiger Ähnlichkeit verbindet sich im „Nichtmenschen“ und macht einen Anthropomorphismus deutlich: Auch wenn es sich um ein Objekt handelt, übernimmt es als Akteur menschliche Kompetenz. Der Mensch selbst bleibt in der Rolle des Benutzers zurück. Er wird zum intelligenten und ideellen Benutzer, wenn er die „richtige“ Form der Benutzung beherrscht, die sogenannte „Vorschrift“[11]. Diese bedingt eine automatische Handlung, nicht nur der Anbringung des Türhakens an der Tür, sondern auch des Aufhängens der Heimtextilien oder der Bekleidung an diesem. Als praktische und unkomplizierte Option der Aufbewahrung liegt es nahe, dass die an ihm aufgehängten Textilien häufig in Benutzung sind, da sie hier, im Gegensatz zur Verwahrung im

Kleiderschrank, schnell griffbereit sind. Dem Mechanismus des Objekts liegt ein „Skript“[12] zugrunde, das weitaus mehr als nur seine Funktionalität in der Benutzung des Menschen erfüllt. „Es ist uns gelungen, an nichtmenschliche Wesen nicht nur Kraft, sondern auch Werte, Pflichten und eine Ethik zu übertragen“[13]: Sie übernehmen die Einstellung ihrer Entwickler, so Latour.

Die Praktikabilität des Türhakens sorgt dafür, dass wir den Haken gerne überfrachten und damit nicht nur ihn, sondern die Tür und uns selbst als Benutzer ans Limit bringen. Die Benutzung der Tür wird eingeschränkt, sie lässt sich durch das Gewicht schwer öffnen oder die Textilien fallen herunter. In der Folge neigen wir dazu, die Tür nicht so schwungvoll zu öffnen. Hängen wir über lange Zeit Textilien an ihm auf, die nicht dafür geeignet sind, verformen sich diese oder bekommen unschöne Beulen.

Der Türhaken sorgt dafür, dass die Tür oder die Textilien „streiken“, sobald wir uns nicht an sein Skript halten. Insgesamt unterliegt der richtigen Benutzung des Türhakens ein zweifaches Skript, das Tür und Textilien miteinbezieht. Durch ihn bekommt die Tür im Vergleich zu einem passiven Artefakt, wie der Wand, eine zweifache Funktion und Form der Benutzung, bei der die eine die andere überlagert.

Anmerkungen

1 Latour, Bruno: Der Berliner Schlüssel. Erkundungen eines Liebhabers der Wissenschaften. Akademie Verlag. Berlin 1996, S. 72.

2 Vgl. Blackburn, Simon: The Oxford Dictionary of Philosophy. 2. überarbeitete Ausgabe. Oxford University Press. Oxford 2008.

3 Müller, Ursula; Liebster, Barbara: Still ist es. Edition Stephan Witschi. Zürich 2013.

4 Simmel, Georg; Landmann, Michael (Hg.): Brücke und Tür. Essays des Philosophen zur Geschichte, Religion, Kunst und Gesellschaft. Koehler. Stuttgart 1957, S. 4.

5 Ebd., S. 1.

6 Vgl. Latour 1996, S. 63.

7 Vgl. ebd., S. 65.

8 Johnson, Jim: Die Vermischung von Menschen und Nicht-Menschen: Die Soziologie eines Türschließers. In: Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Transcript. Bielefeld 2006, S. 237-258, 240.

9 Maye, Harun: Medien und Kulturtechniken. In: Schröter, Jens (Hg.): Handbuch Medienwissenschaft. Metzler. Stuttgart [u.a.] 2014, S. 174-178, 175.

10 Ebd., S. 178.

11 Latour 1996, S. 68.

12 Latour 1996, S. 68.

13 Ebd.

Literaturverzeichnis

Blackburn, Simon: The Oxford dictionary of philosophy. 2. überarbeitete Ausgabe. Oxford Univ. Press. Oxford 2008.

Johnson, Jim: Die Vermischung von Menschen und Nicht-Menschen: Die Soziologie eines Türschließers. In: Bellinger, Andréa; Krieger, David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Transcript. Bielefeld 2006. S. 237-258.

Latour, Bruno: Der Berliner Schlüssel. Erkundungen eines Liebhabers der Wissenschaften. Akademischer Verlag. Berlin 1996.

Maye, Harun: Medien und Kulturtechniken. In: Schröter, Jens (Hg.): Handbuch Medienwissenschaft. Metzler. Stuttgart [u.a.] 2014. S. 174-178.

Müller, Ursula; Liebster, Barbara: Still ist es. Edition Stephan Witschi. Zürich 2013.

Simmel, Georg; Landmann, Michael (Hg.): Brücke und Tür. Essays des Philosophen zur Geschichte, Religion, Kunst und Gesellschaft. Koehler. Stuttgart 1957.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ursula Müller - Rotes Kleid mit Haken. In: Still ist es. Edition Stephan Witschi: Zürich 2013. o.S. (https://muellerursula.ch/arbeiten-ursula-mueller/77-still-ist-es, 15.04.2019).

Abb. 2: Machol Butler/Pexels - o.T. (https://www.pexels.com/de/foto/brautkleid-dekoration-design-drinnen-1428394/, 15.04.2019).

Abb. 3: Gades Photography/Unsplash – o.T. (https://unsplash.com/photos/JeEemtLSdjU, 15.04.2019).

Abb. 4: Lauren Richmond/Unsplash – o,T. (https://unsplash.com/photos/DnOgzmRYFeg, 15.04.2019).

Der Thonet-Stuhl Nr.14 – Zwischen Biegen und Brechen, Eleganz und Konsum

von Irka Maria Glock

Wien, 01.01.2018. Café Central im ersten Bezirk. Neben den durchgesessenen Polsterbänken in einem satten Waldgrün und Messinglampen stehen schlanke Thonet-Stühle und marmorne Tische, auf denen verschiedene Zeitungen ausliegen. Rechts befindet sich ein großes Bücherregal aus dunklem Massivholz. Hier steht die Zeit still. Ruhe, unzählige Kaffeesorten und dazu passende Kuchen. Dieses Café strahlt den unvergleichlichen Charme der Wiener Kaffeehauskultur aus. Waren sie früher ein Lieblingsort der Literaten, ist das Publikum heute gemischt. „Ins Kaffeehaus gehen Leute, die allein sein wollen, aber auch Gesellschaft brauchen", so der Wiener Schriftsteller Alfred Polgar. Und er hat recht. Das Kaffeehaus ist ein Ort, an dem man gesehen werden, aber auch für sich allein sein, sich inspirieren lassen oder in Ruhe arbeiten kann. Getränke- und Speisenkonsum steht hier nicht an erster Stelle, sondern es ist vergleichbar mit einer Art Wohn- und Arbeitsraum.
Kein anderes Land in Europa hat eine solch traditionsreiche Kaffeehauskultur wie Österreich. Die Wiener Kaffeehauskultur ist seit 2011 Teil des immateriellen Kulturerbes der UNESCO.[1] Die unverwechselbare Ausstrahlung verdanken die Kaffeehäuser ihren Besuchern und der Einrichtung, die maßgeblich durch den Thonet-Stuhl geprägt war. Der Thonet-Stuhl Nr.14, auch Wiener Kaffeehausstuhl genannt, ist zur Stuhl-Ikone geworden. Er wurde bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts über 50 Millionen Mal verkauft.[2]

Der *Consumsessel Nr. 14* ist wohl der berühmteste Stuhl aller Zeiten. Der Name Thonet schreibt seit mehr als 190 Jahren europäische Kultur- und Designgeschichte. Doch worin liegt das Unverwechselbare dieses Stuhls begründet, der doch eigentlich „nur" ein Alltagsgegenstand ist? Design (lat. designare = abgrenzen, bezeichnen) hat verschiedene Funktionen in praktischer, ästhetischer, symbolischer und wirtschaftlicher Hinsicht. Doch nehmen wir Design heute meist als ein Oberflächenphänomen[3] wahr und setzen den Begriff inflationär ein. Wir treffen überall im alltäglichen. Leben auf Design, ob zu Hause, bei der Arbeit, in der Freizeit, beim Einkaufen oder in der Öffentlichkeit, ohne dass wir es näher hinterfragen. Sogar das Lackieren von Fingernägeln wird heute als Design bezeichnet. Historisch betrachtet ist Design ein Begriff, der erst durch die Industriekultur entstanden ist, die Berufsbezeichnung des Designers setzte sich sogar erst nach dem Zweiten Weltkrieg durch.[4] Der Thonet-Stuhl Nr. 14 ist im 19. Jahrhundert entstanden, in einer Zeit, in der es die Berufsbezeichnung Designer nicht gab. Auch war er Inbegriff des Gestaltungsleitsatzes *Form follows Function* und hatte keinerlei Repräsentationszwecke. Was ist es nun, was an diesem Thonet Design so einzigartig ist und was den Stuhl Nr.14 so bekannt machte?

Abb.1

Wie das Biegen von Massivholz den Beginn des modernen Möbels markierte

Ein Stuhl ist ein simples Gestell zum Sitzen. Ein einfacher Stuhl ist für uns heute nichts Besonderes mehr, doch für die Zeit, in der die Nr. 14 entstanden ist, war er eine revolutionäre Erfindung. Andere zeitgenössische Möbel waren überladen dekoriert, wie es für die Biedermeierzeit und den Historismus typisch war.[5] Und dann kam dieser einfache schlichte Stuhl, der ganz anders als die zeitgenössischen Produkte war. Die ersten Thonet-Stühle in Wien waren nicht mehr in die Gestaltungswelt des Biedermeiers einzuordnen, wenngleich sie in dieser Epoche entstanden. Das Industriedesign war mitten in einer Zeit geboren, die von großen technischen Entwicklungen, wirtschaftlichen und sozialen Umbrüchen geprägt war. Wer war nun dieser Mann, der hinter diesem Stuhl stand? Michael Thonet (1796 – 1871) war kein Designer, er war ein Handwerker aus dem Rheinland. Alles begann 1819 in Boppard am Rhein, wo Michael Thonet eine Bau- und Möbeltischlerei gründete, aus der sich eine der bedeutendsten Möbelfabriken des 19. Jahrhunderts entstand.[6] Thonet entwickelte ein Verfahren, Eichenholz unter Dampf zu biegen. Durch die Dampfatmosphäre behielt das Holz seine natürliche Elastizität. Es wurde anschließend in Metallformen getrocknet, die ihm die gewünschte Form gaben. Das Verformen von massivem Holz war in handwerklicher Hinsicht eine Sensation. Ende der 1850er Jahre hatte Thonet alle Kenntnisse für den Biegevorgang mit Massivholz erworben. Mit diesem Verfahren war die Herstellung in großer Anzahl möglich.[7] Michael Thonet hatte damit den Schritt vom Handwerk zur industriellen Massenproduktion gemacht. 1859 ging die Nr. 14 in Produktion.[8]

Das Thonet-Prinzip – 1 Idee, 6 Teile, 2 Muttern, 10 Schrauben

Vorderbeine, Sitzrahmen, Hinterbeine, Rückenlehne: das war das Gerüst, aus dem die Nr. 14 bestand. Mit ihrer Zerlegbarkeit war ein von Grund auf neues Produktionsprinzip für Stühle geschaffen worden, aber nicht nur das war einzigartig. Auch die Verkaufsstrategie Thonets war besonders. Die Nr. 14 hatte logistisch etwas vollkommen Neues möglich gemacht, denn es konnten 36 nicht montierte Einzelteile des Stuhls mit Schrauben in Boxen von einem Kubikmeter verpackt werden. In dieser Box verstaut ging es hinaus in die Welt: nach Amerika, Asien, Afrika. An Ort und Stelle wurden diese Einzelteile dann wieder zum Stuhl zusammengesetzt.

Kommt uns das nicht bekannt vor? Die einfache Zerlegbarkeit und die Montage nach einem Baukastenprinzip? Genau dieses einfache Baukastenprinzip – wenn auch nicht immer eine ganz so einfache Montage – finden wir heute zum Beispiel bei IKEA wieder.

Das Unternehmen IKEA war maßgeblich an der Idee der Selbstmontage von Möbeln beteiligt.[9]

Abb.2

Der Vorreiter für dieses Prinzip war der Stuhl Nr. 14, der sich ohne Probleme selbst zusammenbauen lässt, denn es sind nur sechs Holzteile, zehn Schrauben und zwei Muttern, aus denen sich der Stuhl zusammensetzt. Thonet hat mit seinem Baukastenprinzip bereits im 19. Jahrhundert visionär die Eigenmontage von Möbeln heutzutage vorausgesehen.

Ein Gegenstand, der in Eigenmontage aufgebaut wird, beinhaltet eine höhere Wertschätzung, denn es entsteht direkt eine Verbindung zu ihm. Er ist nicht mehr irgendein Massenprodukt, sondern etwas Individuelles, das alleine zusammengebaut wurde. Durch die Reduktion der Stuhlelemente auf ein Minimum war die Produktion kostengünstig.[10] Außerdem konnten durch die Beschäftigung von Ungelernten oder Frauen in den Fabriken in Koritschan, 150 Kilometer von Wien entfernt, die Lohnkosten gering gehalten werden. Thonet hatte schon früh entdeckt, wie Ökonomie im Industriezeitalter funktionierte.[11]

Abb.3

Die Moderne nimmt Platz

Die Bugholzmöbel waren Wegbereiter für die industrielle Massenproduktion und die Nr. 14 das Sinnbild des günstigen Massenkonsumartikels, doch auch wenn es sich um ein Produkt für die Massen handelte, war das Design alles andere als durchschnittlich. Wie schaffte die Marke das? Zusammengesetzt ergeben die einzelnen Elemente nur das Nötigste, doch bestechen sie alle durch ihre filigrane Eleganz. Es ist ein leichtes Design, eine schlichte Gestaltung, die nicht mit zeitgenössischen Produkten vergleichbar war. Die geschwungenen Linien und die Leichtigkeit der Strukturen verliehen dem Stuhl seinen unverwechselbaren Charakter.[12] Ohne explizites gestalterisches Bestreben entstanden, überzeugte dieser Stuhl mit seiner Form dennoch nachhaltig. Thonet entwickelte sein Angebot schnell weiter, um breite Käuferschichten anzusprechen. So entstanden auf Grundlage der Nr. 14 zahlreiche weitere Bugholzmöbel.[13] Für Stühle und Sessel wurden immer die gleichen Bauteile verwendet und genau diese Kontinuität, die reduzierte Formensprache, die „Synthese von Form und Funktion“[14] zeichnete die Manufaktur Thonet aus und unterschied sie von allen bisherigen Verfahren der Möbelproduktion. Auch die Robustheit der Nr. 14 ist legendär.

Eine Anekdote besagt, dass ein Thonet-Stuhl bei der Einrichtung eines Restaurants im Eiffelturm aus 57 Metern in die Tiefe fiel und unbeschadet blieb.[15]

Es blieb nicht nur bei der Oberflächengestaltung. Auch wenn die Nr. 14 nicht in den privaten Bereich eindringen konnte, hatte sie einen entscheidenden Einfluss auf die körperliche Form des Sitzens.[16] Sie war keine Sitzgelegenheit, die zum längeren Verweilen und zur Erholung einlud, wie ein bequem gepolsterter Biedermeierstuhl. Die Nr. 14 wird auch als „Erziehungsinstrument körperlicher Haltungen und kollektiven Verhaltens“[17] betitelt. Genauso leicht wie dieser Stuhl von Ort zu Ort getragen werden konnte, war auch das Sitzen eher flüchtig. Sie brachte neue Interaktions– und Kommunikationsformen im öffentlichen Raum mit sich.[18] So wuchs das Thonet’sche Stuhl-Imperium. Bis Ende des 19. Jahrhunderts entstanden zahlreiche Fabriken, Zulieferbetriebe und Filialen in ganz Europa.[19]

Robustheit, schlichte, schnörkellose Gestaltung, die Möglichkeit zur Serienproduktion und Langlebigkeit machten den Stuhl schließlich ökonomisch und ästhetisch so erfolgreich und sind noch immer die charakteristischen Merkmale der Thonet-Möbel.

Eine Stilikone verändert sich – Tradition trifft auf Moderne

Bis 1930 wurde die Nr. 14, heute 214, über 50 Millionen Mal produziert und die Produktion reißt nicht ab. Viele weitere Bugholzmöbel folgten. Seit Ende der 1920er Jahre konnte sich Thonet auch in der Produktion von gebogenen Stahlrohrmöbeln auf dem Markt einen Namen machen. Die bekannten Freischwinger von Marcel Breuer, Mart Stam und Mies van der Rohe bestachen durch ihre klare, offene, schlichte Form und standen in Einklang mit dem neuen Einrichtungsstil der Funktionalität in den 1930er Jahren. Die Nr. 214, weitere Klassiker aus Bugholz sowie die Stahlrohrmöbel werden auch heute noch im hessischen Frankenberg hergestellt.[20]

Abb.4

Die Entwicklung der Manufaktur Thonet mit früheren und aktuellen Designs lässt sich bei einem Besuch im Thonet Museum und Showroom in Frankenberg nachvollziehen. Bei meinem Besuch des Thonet Showrooms in Frankenberg kommen mir viele Designelemente vertraut vor, die ich in immer neu interpretierter Form entdecke. Die Zeit ist hier nicht stehengeblieben. Die Nr. 209 zum Beispiel besteht wie die Stuhl-Ikone Nr. 214 (vgl. Abb. 5) aus sechs Teilen, und auch seine elegante Biegung von Rücken- und Armlehne lässt einige Parallelen erkennen. Die 209 gibt es in zahlreichen Variationen. Ob in einem leuchtenden Rot mit gepolstertem Sitz oder dem charakteristischen Netz aus Rohrgeflecht: unverändert bleibt die elegante, organische Form.

Abb.5

Seine Robustheit und der filigrane Touch des 214er, ursprünglich Nr. 14, überzeugen noch immer. In zeitgenössischen Interpretationen werden charakteristische Elemente mit kleinen Veränderungen neu umgesetzt. Neben der Kollektion *Pure Materials* aus heimischer Esche, einer besonders nachhaltig produzierten Linie, wird der Stuhl Nr. 214 mit knallrotem Gestell und einem Knoten im Stuhlbein in einer humorvollen Variante gestaltet. Diese ironische Abwandlung gibt dem Stuhl eine zeitgenössische Note bei gleichbleibender Grundstruktur. 2009 entwickelte die japanische Firma MUJI zusammen mit Thonet eine Reproduktion des Bugholzstuhls 214. Entstanden ist in dieser Zusammenarbeit eine neue Interpretation, die auch heute noch durch ihr robustes Design bei gleichzeitiger Eleganz und Zeitlosigkeit gekennzeichnet ist. Der englische Designer James Irvine fügte eine horizontale schmale Rückenplatte in die Rückenlehne ein, wodurch Rückenlehne und Tischplatte eine Linie bilden, eine interessante Interpretation im Trend der cleanen, minimalistischen Einrichtungsästhetik.[21]

„Design formt Dinge, Räume, Menschen."[22] Wir definieren uns durch Design und bestimmen damit unsere gesellschaftliche Position. Ein Designobjekt, hier der Thonet-Stuhl, weist ein bestimmtes Design auf, aber agiert auch als Gestalter seiner Umwelt.[23] All das hat der „Stuhl der Stühle" geschafft. Thonets Nr. 214 dient noch heute im öffentlichen und mittlerweile auch privaten Raum zur Möblierung. Mit einem einfachen Stuhl wurde die Möbelselbstmontage in der heutigen Zeit eingeleitet. Das Design dieses einstigen Massenproduktes hat überlebt, doch heute ist der Thonet-Stuhl kein Massenprodukt mehr. Stand er einst in Dachkammern, Kaffeehäusern, ist er heute ein Möbelstück für eine gehobene Käuferschicht geworden, die nach einem bestimmten Einrichtungsstil sucht.[24] Schnickschnack und Schnörkel sucht man bei dieser Marke vergebens, doch genau durch die filigrane Formensprache hat die Nr. 14 heute noch immer eine ganz besondere Wirkung auf die gesamte Raumästhetik, ob in einem öffentlichen Café oder in einem Privathaushalt.

Abb.6

Abb.7

Anmerkungen

1 Vgl. Engelhard, Karla: Wiener Kaffeehaus-Kultur. Von der Früh bis Mitternacht. 08/2016. (http://www.deutschlandfunkkultur.de/wiener-kaffeehaus-kultur-von-der-frueh-bis-mitternacht.979.de.html?dram.article, 29.01.2018).
2 Vgl. Von Vegesack, Alexander: Das Thonet Buch. Bangert Verlag. München 1987, S. 7.
3 Gert Selle: Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip. Campus Verlag. Frankfurt 2007, S. 9.
4 Vgl. ebd., S. 9ff.
5 Vgl. ebd., S. 27f.
6 Vgl. Von Vegesack, Alexander: Das Thonet Buch. Bangert Verlag. München 1987, S. 7
7 Vgl. Branzi, Andrea: Was ist Design: [Epochen, Stile Schulen und große Namen]. Giunti Editore S.p.A. Mailand 2007, S. 109.
8 Vgl. Thillmann, Wolfgang: Perfektes Design – Thonet Nr.14. Kerber Verlag, Bielefeld 2015, S.39.
9 Vgl. Lange, Stefan: Von der Ikeaisierung der Welt. 03/ 2004. (https://www.stern.de/wirtschaft/ausstellung-von-der-ikeaisierung-der-welt-3078262.html. 20.02.18).
10 Vgl. Gleiniger, Andrea: Der Kaffeehausstuhl Nr.14 von Michael Thonet. Verlag Form. Frankfurt am Main 1998, S. 25.
11 Vgl. Gert Selle: Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip. Campus Verlag, Frankfurt 2007, S. 31.
12 Vgl. Branzi, Andrea: Was ist Design: [Epochen, Stile Schulen und große Namen]. Giunti Editore S.p.A. Mailand 2007, S. 109.
13 Vgl. Von Vegesack, Alexander: Das Thonet Buch. Bangert Verlag, München 1987, S. 61.
14 Branzi, Andrea: Was ist Design: [Epochen, Stile Schulen und große Namen]. Giunti Editore S.p.A. Mailand 2007, S. 109.
15 Vgl. Gebrüder Thonet: Thonet Essence 01. Bing & Schwarz Druck und Medien. Korbach 2011, S. 41.
16 Vgl. Gert Selle: Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip. Campus Verlag. Frankfurt 2007, S. 33f.
17 Ebd., S. 32.
18 Vgl. ebd., S. 33ff.
19 Vgl. Thillmann, Wolfgang: Perfektes Design – Thonet Nr.14. Kerber Verlag, Bielefeld 2015, S. 63.
20 Vgl. Gebrüder Thonet: Thonet Essence 01. Bing & Schwarz Druck und Medien. Korbach 2011, S. 25ff.
21 Vgl. Neumann, Claudia, Polch, Anne, Reif, Hanna: Einfach legendär: Die einzigartige Erfolgsgeschichte des original Wiener Kaffeehausstuhls 214 von Thonet. Frankenberg 2015. (www.thonet.de/service/presse/214.html, 20.02.18).
22 Gert Selle: Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip. Campus Verlag, Frankfurt 2007, S. 7
23 Vgl. ebd., S. 10ff.
24 Vgl. Gleiniger, Andrea: Der Kaffeehausstuhl Nr.14 von Michael Thonet. Verlag Form. Frankfurt am Main 1998, S. 4.

Literaturverzeichnis

Branzi, Andrea, Biamonti, Alessandro: Was ist Design [Epochen, Stile, Schulen und große Namen]. Kaiser Verlag. Klagenfurt 2007.
Bürdek, Bernhard: Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. Birkhäuser Verlag. Basel 2005.
Engelhard, Karla: Wiener Kaffeehaus-Kultur. Von der Früh bis Mitternacht. 08/2016. (http://www.deutschlandfunkkultur.de/wiener-kaffeehaus-kultur-von-der-frueh-bis-mitternacht.979.de.html?dram:article_id=363348, 29.01.2018).
Gebrüder Thonet: Thonet Essence 01. Bing & Schwarz Druck und Medien. Korbach 2011.
Gleiniger, Andrea: Der Kaffeehausstuhl Nr.14 von Michael Thonet. Verlag Form. Frankfurt am Main 1998.
Lange, Stefan: Von der Ikeaisierung der Welt. 03/ 2004. (https://www.stern.de/wirtschaft/ausstellung- von- der-ikeaisierung-der-welt-3078262.html. 20.02.18).
Selle, Gert: Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip. Campus Verlag. Frankfurt 2007.
Thillmann, Wolfgang: Perfektes Design – Thonet Nr.14. Kerber Verlag. Bielefeld 2015.
Von Vegesack, Alexander: Das Thonet Buch. Bangert Verlag. München 1987.
(www.thonet.de, 18.02.2019).

Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Der Thonet-Stuhl Nr. 14. Quelle: Mediadatenbank www.thonet.de, Zugriff 20.02.18.
Abb.2: Einzelteile der Nr.14. Quelle: Mediadatenbank www.thonet.de, Zugriff 20.02.18.
Abb.3: Thonet Einzelteile verpackt. Quelle: Mediadatenbank www.thonet.de, Zugriff 20.02.18.
Abb.4: Showroom Frankenberg, 2018. Fotografie Irka Maria Glock.
Abb.5: Thonet Nr.209 im Thonet Showroom Frankenberg, 2018. Fotografie Irka Maria Glock.
Abb.6: Der Knotenstuhl 214K im Thonet Museum Frankenberg, 2018. Fotografie Irka Maria Glock
Abb.7: Linero, Benoit: Thonet – Stühle in Le Pigalle Paris, 2018. Quelle: Mediadatenbank http://thonet.agsolutions.de/wohnen/search-neu.cfm, Zugriff 03.03.18.

BILDERRÄTSEL

stuhlPROBE

WELCHE BEGRIFFE AUS DER SITZECKE SIND DAS DENN?

ACHT KNIFFLIGE BILDERRÄTSEL ZUM THEMA *SITZEN* VON

CATHRIN SPÖNEMANN & SARAH OCHWAT

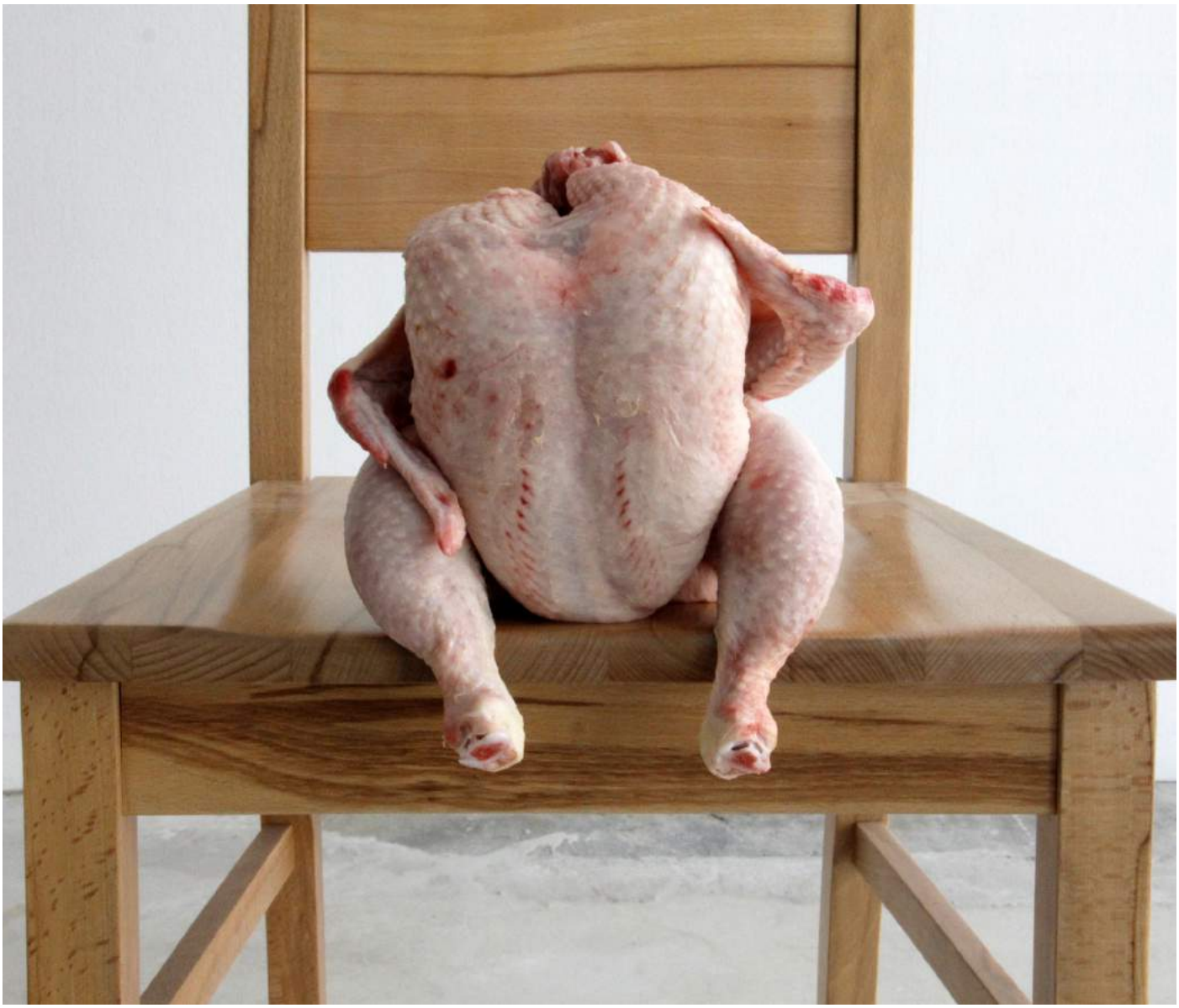
12 14 *

5 15

11

13

1



2 7

16 ! 4 !

□ □ 8 □ 3 □ □ □ 6 □ **

□ 17 □ □ □ □ □ □ □ □ □ 18

LÖSUNG:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18

* Eine schokoladige Storck-Leckerei, die nicht steht.
** … wird beim Arzt abgegeben.

Raus aus der Schürze?

von Katharina Kaiser

Die Schürze – ein Kleidungsstück, das langsam aber sicher in Vergessenheit gerät. Im Alltag begegnet sie uns selten. Höchstens als Arbeitskleidung in handwerklichen Berufen ist sie noch zu finden: in der Bäckerei oder Metzgerei, bei Gärtnern oder Schreinern. So steht das Kleidungsstück für bestimmte Tätigkeiten und wird kaum in der Öffentlichkeit getragen. Dabei kann dieses Textil auf eine lange Geschichte zurückblicken, in der es mit zahlreichen Funktionen und Zuschreibungen belegt wurde. Diese Entwicklung erreichte ihren Höhepunkt darin, dass die Frau sprachlich mit der Schürze gleichgesetzt wurde. Redewendungen wie „Schürzenjäger" sind immer noch im gegenwärtigem Sprachgebrauch enthalten und weisen darauf, dass die symbolische Zeichenfunktion der Schürze im Gegensatz zum Textil selbst noch lange nicht in Vergessenheit geraten ist. Dieser Beitrag untersucht, ausgehend vom Interview mit Frau T. (Jg. 1936), das Ablegen der Schürze seit den 1960er Jahren.

Abb. 1

Interview mit Frau T.

Jahrgang: 1936
Schürzenbestand 2018: 4 Schürzen zum Binden, 14 Kittelschürzen

Mussten Sie während Ihrer Schulzeit noch Schürzen tragen?

Am Anfang, die ersten zwei, drei Jahre noch. Aber nur die Mädchen, die Jungs nicht.
Aufgehört hat das, als die Kriegsflüchtlinge kamen, so 1945/46. Die hatten das gar nicht. Die waren ja froh, wenn sie überhaupt was zum Anziehen hatten. Da hat das schon aufgehört mit den Schürzen in der Schule. Vor allen Dingen, man wollte das auch gar nicht vortun. Das sah nach Arbeit aus. Aber ich weiß noch, dass unsere Lehrerin immer eine Schürze trug. So eine Große. Die Lehrerin war auch ziemlich stabil, die hatte so eine richtige Oma-Schürze zum Binden, so in eins geschnitten.

Und wie war es bei Ihnen zu Hause? Hat Ihre Mutter eine Schürze im Haushalt getragen?

Ja, immer. Auch viel Kittel. Die Kittel waren schon schöner. Aber Schürze hatte jeder, überall. Vor allen Dingen auch so Vorbinder, so Halbschürzen, die wurden viel getragen, damit man sich nicht dreckig machte, die anderen Sachen mussten ja geschont werden.

Gehörte zur Sonntagskleidung eine Schürze?

Also das Zeugs, was man sonntags anzog, das zog man nicht alltags an. Alltags gabs Einfaches, vor allen Dingen gabs damals viel dunkles Zeug, nicht so weiße Sachen. Weiße Sachen waren was Besonderes. Sonntags zog man meist eine weiße Bluse und einen schwarzen Rock an. Aber da wollte man keine Schürze vortun. Das war nicht schön. Das war ja schon bessere Kleidung.

Es gab ja auch Zierschürzen, die mit Spitze und Lochstickereien verziert waren.

Ja, aber das gab es wenig. Das war hauptsächlich für Verkäuferinnen, die hatten dann die bessern Schürzen oder im Café oder so. Aber das kam ja erst alles dann. Das war noch eine schlechte Zeit, die 60er. Da fing das alles erst an.

Aber im Haushalt wurden Schürzen immer getragen…

Ja, ohne brauchte man gar nicht. Da machte auch keiner was. Jeder, der in die Küche ging, der band sich eine Schürze um.

Auch die Männer?

Nein, die Männer nicht, bei uns war das nicht so. Ich meine, unser Vater musste sowieso eine Schürze, eine Bäckerschürze, vortun, das hatte jeder da.

Abb. 2

Und wenn man aus dem Haus ging, blieb die Schürze zuhause?

Dann tat man die Schürze weg. Man wollte auch so ein bisschen schick sein. Eine Schürze, das sah nach Arbeit aus. Eine Schürze bedeutete Arbeit. Das war kein Luxus, eine Schürze.

Aber gab es auch Frauen, die trotzdem mit Schürze durchs Dorf gelaufen sind?

Ja, ganz viel. Zum Einkaufen hatten die alle noch Schürzen vor. Natürlich eine bessere, eine saubere, schöne, frisch gebügelte Schürze. Nachher zogen die meisten viel lieber eine Jacke an, dann brauchte man ja keine Schürze mehr, dann sah man auch ein bisschen anders aus. Aber zum Spielen und so hatten die Kinder alle Schürzen vor, alle. Das gab‘s gar nicht anders, man machte sich doch dreckig.

Und wenn Besuch kam, wurde die Schürze dann abgelegt?

Ja, die Schürze kam dann weg. Dann hatte man jetzt Besuch und wollte auch ein bisschen fein sein.

Also haben Sie generell weniger gern eine Schürze getragen?

Ja, muss ich ehrlich sagen. Dann musste man arbeiten, wenn man eine Schürze hatte. Die Schürze hatte man nur zum Arbeiten.

Es wird im Fotoalbum geblättert… Bild 1963 von VerkäuferInnen mit weißen Kittelschürzen (Abb. 3)

Mein Bruder hatte in Paderborn gelernt und musste schon weiße Kittel anziehen. Als der die Lehre aushatte, mussten die alle weiße Kittel und Schürzen anziehen, da gabs kein Buntes mehr, nur zum Arbeiten, also zum Putzen, der drängte darauf, das musste alles weiß sein.

Dann kamen in den 60er Jahren also mehr diese Kittelschürzen auf?

Ja, dann hat man aber schon die Kittelschürze gekauft, nicht mehr selber genäht oder bei der Schneiderin bestellt, die haben die nicht mehr gemacht. Die Kittel waren normalerweise bunt, nicht uni, das gab‘s damals noch nicht oft. Da sah man manchmal richtig wie ein buntes Huhn aus (lacht). Ja, das passte ja nicht immer. Und man hat auch wenig uni getragen, weil das teilweise ja empfindlich war. Alles bunt. Und vor allen Dingen war es einfacher, guter Stoff, der sich auch waschen ließ.

Ich habe in einer Frauenzeitschrift aus den 60ern den Ausdruck „die Entthronung der Kittelschürze“ gelesen, nach dem Motto „die Kittelschürze sei veraltet“.

Ja, man wollte das auch nicht mehr, wenn man hier vom Dorf nach Paderborn zum Arbeiten ging. Da trug man sowieso keinen Kittel in Paderborn, in der Stadt war das noch ein bisschen anders als hier auf dem Dorf. Auf dem Dorf hat man lange Kittel getragen. Ach, was habe ich lange Kittel angezogen. Nachher bin ich dann auf kurze Kittel umgestiegen, als das dann mit den Hosen anfing.

Abb. 3

Und wie sieht das heute aus? Haben Sie jetzt auch noch Schürzen? Wie viele haben Sie denn?

Also direkt Schürzen habe ich eigentlich gar keine mehr, ich habe das alles abgegeben. Aber Kittel habe ich bestimmt noch zehn Stück hinter der Tür hängen.

Ich habe so viele Kittel…

Die „Entthronung" der Kittelschürze in den 1960ern?

Das Ablegen der Schürze wird auf den Zeitraum der 60er Jahre datiert, eine Phase, die allgemeinhin als eine Zeit des Fortschritts gilt, in welcher mit alten Bekleidungsgewohnheiten gebrochen wurde.[1] Die Begründung dafür scheint auf den ersten Blick in der Vermutung zu liegen, dass die Frauen einem veralteten Rollenbild entfliehen wollten. Doch war dies wirklich ein bewusstes Handlungsmotiv? Oder handelt es sich hierbei um eine retroperspektivische Einschätzung? Welche Gründe hatten Frauen noch zum Ablegen der Schürze?[2]

Die 60er – zwischen Mangel und Wirtschaftswunder

Abb. 4

Frau T. charakterisiert die 60er Jahre als eine schlechte Zeit hinsichtlich der ökonomischen Lage. Sie beschreibt die Schwierigkeiten der Versorgung, die sich aus der Aufnahme von Evakuierten und Kriegsflüchtlingen aus Ostpreußen und Schlesien ergeben hatten. Der wirtschaftliche Aufschwung machte sich jedoch schließlich auch auf dem Lande bemerkbar, sodass Frau T.'s Familie die Mittel fand, ihren Lebensmittelladen umzubauen und 1963 eine Neueröffnung mit erweitertem Sortiment (Haushaltswaren, Zeitschriften etc.) feiern zu können. Ihr Bruder hatte zu diesem Zeitpunkt seine Lehre zum Bäckermeister in Paderborn abgeschlossen und setzte nun durch, dass alle Angestellten weiße Schürzen tragen mussten. Abb. 2 zeigt ein Foto dieser Eröffnung. Insgesamt sind fünf Personen abgebildet, die im Eingang des Ladens stehen. Der in der Mitte stehende Mann sowie drei der Frauen tragen einen weißen Kittel bzw. eine Kittelschürze, eine der Frauen hat eine weiße Latzschürze um. Obwohl die Kleidungsstücke in ihrer äußeren Erscheinung alle unterschiedlich gestaltet sind, vermitteln sie durch ihre weiße

Farbgebung einen Eindruck der Uniformität und der Reinlichkeit. Hierin zeigt sich eine historische Parallele zur Zeichenhaftigkeit der weißen Schürze: Zum einen als Zeichen der Sauberkeit, zum anderen in ihrer Verwendung als Dienstkleidung.
Bei der Betrachtung verschiedener von Frau T. aufbewahrten Schürzen fällt eine weitere historische Kontinuität auf, nämlich in der Ästhetisierung des (Be-)Dienens, die sich in einer ebenfalls weißen mit Blümchen- und Lochstickereien verzierten Schürze materialisiert. (Abb. 5, 6)

Abb. 5

Männer und Frauen – vereint in der Schürze?

Doch nicht nur das Geschäft war der Trageort einer weißen Schürze, sondern auch die Backstube, in der ihr Vater arbeitete. Die weiße Schürze, die er zur Arbeit trug, stellt in gewisser Weise ein verbindendes Element für Männer und Frauen dar. Hatten die Erwachsenen eine Schürze zum Arbeiten an, so hatten die Kinder, die noch nicht mithelfen konnten, zum Spielen alle Schürzen vorgebunden. Das Tragen der Schürzen bei Kindern erweist sich als geschlechtsindifferent.
Das Weiß bleibt jedoch der Berufsbekleidung vorbehalten und sowohl Männer als auch Frauen legen in Frau T.'s Erzählung die weiße Schürze nach Verlassen ihrer Arbeitsstelle ab. Im Gegensatz zu den Männern schlüpfen die Frauen jedoch direkt in die nächste Schürze – wenn auch in eine bunte. Diese bunt bedruckten Kittelschürzen wurden, wie Frau T. betont, schon von der Stange gekauft und nicht mehr von einer Schneiderin angefertigt. Das große Angebot fertiger Konfektionsware sei auch der Grund gewesen, weshalb es immer weniger Schneiderinnen gegeben habe. Die bunten Kittelschürzen seien getragen worden, weil auf ihnen Flecken nicht so leicht sichtbar gewesen seien und sie deshalb seltener gewaschen werden mussten. Trotz Frau T.'s Scherz über die allzu bunten Kittelschürzen stellt sich in ihrer Erzählung heraus, dass sie diese im Gegensatz zu den Latz-, Halb- und Vorbinderschürzen bevorzugte. Sie erinnert sich daran, dass sie die Vorbinderschürze, die ihre frühere Klassenlehrerin trug, schon damals als altmodisch empfunden hatte. Die Kittel ihrer Mutter fand sie ansprechender. Frau T. war froh, als sie die Schulschürzen, die sie noch die ersten zwei Jahre in der Volksschule hatte tragen müssen, endlich ablegen durfte. Die Ankunft der Kriegsflüchtlinge, die sie auf 1945/46 datiert, sieht sie in ihrer Deutung als eine Hauptursache für die abnehmende Popularität der Schürze, da diese aus Mangel an Kleidungsstücken keine Schürzen trugen. So drückte sich in dem Nicht-Tragen der Schürze für Frau T. paradoxerweise eine Überlegenheit aus, obwohl diese, wie sie selbst sagt, aus einer Mangelsituation heraus entstanden war.

Ohne Schürze keine Arbeit

Auch wenn das Schürzentragen schon 1946 im Rückzug begriffen war, blieb sie in den 60ern in Frau T.'s Alltag dennoch immer präsent. So war vor allem die Küche ein Ort ihrer Omnipräsenz. Es zeigt sich deutlich: Wer keine Schürze trug, der tat auch nichts, der war geradezu unfähig, sich produktiv zu betätigen. Dies ist das Deutungsmotiv der Schürze, welches das gesamte Interview mit Frau T. durchzieht: Eine Schürze bedeutet Arbeit. Sie erscheint in den Schilderungen Frau T.'s als absolute Notwendigkeit, um den täglichen Verrichtungen nachgehen zu können. Ihre Funktion als Schutztextil offenbart sich, wenn sie erzählt, dass es undenkbar gewesen wäre, ohne Schürze eine Arbeit zu verrichten. Insbesondere galt es, das Waschen der Textilien zu vermeiden.

Im Gegensatz zum privaten Raum vermied Frau T. es, in der Öffentlichkeit eine Schürze zu tragen. Sie begründet ihr Verhalten mit dem Arbeitscharakter der Schürze. Die Schürze stellt sich als Merkmal einer arbeitenden (Unter-)Schicht heraus, das sie der Öffentlichkeit nicht offenbaren wollte. So legte sie im Kontakt mit Außenstehenden besonderen Wert darauf, nicht in Schürze zu erscheinen. Doch nicht alle Frauen teilten ihre Meinung. So erzählt Frau T., dass in den 60ern noch viele Dörflerinnen mit vorgebundener Schürze zum Einkaufen in den Laden kamen. Der Trend habe sich aber dahingehend entwickelt, dass immer mehr Frauen stattdessen viel lieber eine Jacke angezogen hätten. Die Jacke ersetzte die Schürze, die zuvor das Bekleidungsensemble komplementiert hatte.

Abb. 6

Wenn Besuch nach Hause kam und die private Wohnung für die Zeit des Besuchs zum öffentlichen Raum wurde, legte Frau T. die Schürze ebenfalls ab. In diesem Fall war das Ausziehen der Schürze ein symbolischer Übergang von Arbeit zur Nicht-Arbeit, von einem nicht vorzuzeigenden Zustand des Tätig-Seins zur Repräsentativität. Diese Repräsentativität galt besonders für Ausflüge nach Paderborn, bei denen Frau T. sich feierlicher anzog. Es ist das Nicht-Tätig-Sein, das Nicht-Arbeiten-Müssen, das der Öffentlichkeit gezeigt werden sollte. Frau T. eröffnet in ihren Ausführungen eine Diskrepanz zwischen dem Kleidungsverhalten der Dörfler und der Städter. Sie ist der Ansicht, dass die Frauen in Paderborn keine (Kittel-) Schürzen getragen hätten, höchstens zum Kochen.

Auf dem Dorf wiederum hätte man lange Kittelschürzen getragen, sie selbst miteingeschlossen, sowohl privat als auch bei ihrer Arbeit als Verkäuferin im Laden. (Abb. 7, 8) Allerdings sei sie, als sie anfing, Hosen zu tragen, auf kurze Kittel umgestiegen.

Abb. 7

Handlungsmotive zum Ablegen der Schürze

Welche Erkenntnisse können nun also im Hinblick auf Frau T.'s Wahrnehmung der Schürze und ihrer Rolle im Alltag gewonnen werden? Die Assoziationen, die die Schürze bei Frau T. hervorruft, sind vorwiegend negative, an Arbeit gebundene. Hierbei lassen sich zwei Kategorien unterscheiden: Erstens die weiße Schürze für „bessere" Arbeiten, wie dem Verkauf im Laden, und zweitens die bunte Schürze für „niedere" Arbeiten, wie dem Putzen. Die weiße Schürze bekommt eine Zeichenfunktion, die einen Beruf (z.B. Bäckermeister) oder eine spezifische Tätigkeit (Servieren) öffentlich repräsentiert. Über die Arbeit wird die Schürze zu einem verbindenden Element zwischen den Geschlechtern. Das einheitliche Weiß uniformiert sowohl Männer als auch Frauen und steht in historischer Tradition für Sauberkeit. Die bunte Schürze wiederum wird bei Frau T. nur im privaten Raum eingesetzt und hat hier ausschließlich eine Schon- und Schutzfunktion bei der Haus- und Gartenarbeit. Gleichzeitig wird aber auch deutlich, dass Frau T. das Tragen der Schürze in Situationen, in denen keiner (körperlichen) Arbeit nachgegangen wird, schon früh als altmodisch empfand. Bei einem öffentlichkeitsorientierten Auftreten, wie z.B. bei Ausflügen nach Paderborn, ist für Frau T. das Tragen einer Schürze bereits undenkbar.

Insgesamt lässt sich ein Hauptmotiv für das Nicht-Tragen-Wollen einer Schürze (hier v.a. eine bunte) herausarbeiten: Der Wunsch, sich von einer arbeitenden Unterschicht zu distanzieren und sich somit auf eine Stufe mit der scheinbar nicht körperlich arbeitenden und modern empfundenen Stadtbevölkerung stellen zu können bzw. ihnen nachzuahmen. Dieser ist gekoppelt mit dem Verlangen, die Zeichen des materiellen Mangels und des Schonverhaltens der Nachkriegszeit abzustreifen.[3] Demgegenüber ist das Motiv des Ablegens der Schürze als Ausbruch aus einer veralteten Rollenzuschreibung bei der Analyse des gesamten Interviews mit Frau T. als bewusstes Handlungsmotiv nicht zu finden. Dies könnte man darin begründet sehen, dass die Männer im Umfeld der Frau T. für die Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeiten ebenfalls eine Schürze trugen und sie deshalb die Schürze nicht als primär der Frau zugeschriebenes Kleidungsstück empfand. Zudem erwarb Frau T. – wie sie stolz berichtet – bereits im Alter von sechzehn Jahren einen Führerschein, um das in der Bäckerei ihres Vaters erzeugte Brot in die Nachbardörfer ausliefern zu können. Durch die Fähigkeit des Autofahrens, welche zuvor als eine Männerdomäne betrachtet wurde, war Frau T. im Vergleich zu anderen Frauen ihrer Generation weitaus unabhängiger und brach dadurch in gewisser Hinsicht bereits mit veralteten Rollenzuschreibungen.

„Entthronung" fehlgeschlagen?

Die Bestrebungen der Frauenzeitschriften wie Brigitte oder Petra, die Kittelschürze zu „entthronen" und dafür alternativ z.B. einen „gestrickte[n] Kasack […] mit einem ‚frechen Strumpfhosenanzug'"[4] für die Hausarbeit zu etablieren, scheint zumindest auf dem Land für die Frauen Frau T.'s Generation (und vorheriger Generationen) ins Leere gelaufen zu sein. Dabei hatte sie in den 60er Jahren durchaus Zugriff auf besagte mittelschichtsorientierte Zeitschriften, da in dem Laden, in dem sie arbeitete, solche Medien ebenfalls verkauft wurden. Die Ursache dafür, dass sie die Kittelschürze nicht ablegte, ist nicht in einem Mangel an Informationen oder Interesse an neuen Moden zu sehen. Vielmehr lässt sich feststellen, dass die Bekleidungsgewohnheiten, v.a. die des „Beschürzens" der Kleidung im Alltagshandeln der Frau T., so festgeschrieben waren, dass sie keinen Anlass sah, dieses Verhalten zu ändern. Beweis hierfür ist letztendlich, dass Frau T. die Kittelschürze bis heute in Garten und Küche trägt.

Abb. 8

Anmerkungen

1 Vgl. z.B. Werner Faulstich (Hg.): Die Kultur der sechziger Jahre. Fink. München 2003. Oder: Alex Schildt; Detlef Siegfried: Deutsche Kulturgeschichte: die Bundesrepublik - 1945 bis zur Gegenwart. Bundeszentrale für Politische Bildung. Bonn 2009.
2 Es ist anzumerken, dass es mir nicht um den weit auszudifferenzierenden Begriff Mode geht, sondern um die real getragen Kleidung als „kulturelle Praxis". Rainer Wenrich: Die Medialität der Mode: Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft. Transcript. Bielefeld 2015.
3 Vgl. Gaugele, Elke: Schurz und Schürze: Kleidung als Medium der Geschlechterkonstruktion. Böhlau. Köln 2002, S. 240.
4 Petra 10/1966, 18. Zit. nach Gaugele 2002, S. 240.

Literaturverzeichnis

Faulstich, Werner (Hg.): Die Kultur der sechziger Jahre. Fink. München 2003.

Gaugele, Elke: Schurz und Schürze. : Kleidung als Medium der Geschlechterkonstruktion. Böhlau. Köln 2002.

Schildt, Alex; Siegfried, Detlef: Deutsche Kulturgeschichte: die Bundesrepublik - 1945 bis zur Gegenwart. Bundeszentrale für Politische Bildung. Bonn 2009.

Wenrich, Rainer: Die Medialität der Mode: Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft. Transcript. Bielefeld 2015.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Pixabay.
Abb. 2 Die interviewte Frau T. 1960 in einer Arbeitskittelschürze: Privates Fotoarchiv der interviewten Frau T.
Abb. 3 Neueröffnung des Ladens 1963: Privates Fotoarchiv der interviewten Frau T.
Abb. 4 Servierschürze: private Sammlung der interviewten Frau T.
Abb. 5 Servierschürze: private Sammlung der interviewten Frau T.
Abb. 6 Arbeitskittel Frau T.s im Laden: private Sammlung der interviewten Frau T.
Abb. 7 Arbeitskittel Frau T.s im Laden: private Sammlung der interviewten Frau T.
Abb. 8 Pixabay.

IN CAGE

Abb. 1: Detmar, Saskia; Kampmann, Edina: In Cage: Dressed Naked. 2017.

Abb. 1

DER COUTURIER UND SEINE (HAUS-)REGELN

von Hannah Beckmann

Das Couture-Haus ist das Schloss des Couturiers. In seinem Modehaus, der Festung auf dem Berg, übt er seine absolutistische Macht aus, umgeben von Helferinnen, Schneiderinnen, Modevorführerinnen und Konsumentinnen. Seine (Mode)-Gesetze rieseln in das Dorf im Tal hinab. Die Modemacher diktieren die Regeln der Couture, die im Modehaus, auf der Straße und auch zu Hause gelten sollen. Doch bestimmen die (männlichen) Couturiers tatsächlich immer noch die Hausregeln? Das berühmte Zitat von Karl Lagerfeld deutet darauf hin: „Wer eine Jogginghose [d.h. bequeme Hauskleidung, HB] trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren", sagte der Modezar 2012 in einer Talkshow.[1] Doch bietet das öffentliche Tragen des Hausanzugs der Frau möglicherweise eine Emanzipationschance auf ein selbstbestimmtes modisches Dasein?

MAISON DE COUTURE

Für ein Modediktat braucht es einen Modeschöpfer. Der Engländer Charles Frederick Worth kam 1845 nach Paris und arbeitete zunächst im *Maison Gagelin* als Verkäufer, bis die Schneiderin Mademoiselle Camille Hochzeitskleider anpassen musste und seine Hilfe benötigte. Das Arbeiten mit den wertvollen Stoffen verzauberte ihn derart, dass er anfing, Kleider, Capes und Mäntel für seine Gefährtin Marie zu entwerfen. Es war jedoch üblich, die Roben von Kleidermachern nach den Wünschen der Kundinnen anfertigen zu lassen. Erst als Worth eigene Modelle kreierte, sorgte er damit für einen Wandel in der Rollenverteilung: Es war nicht mehr die Konsumentin, sondern der Meister, der den Kleidungsstil vorgab und somit den neusten Modetrend diktierte.[2] Marie führte die fertigen Kleider im Laden vor, um Kundinnen zur Nachahmung anzuregen, und wurde somit zum ersten Mannequin der Welt.

Nach erstem Erfolg entwarf Worth Modelle, die Schneiderinnen im Atelier unter seiner Aufsicht nähten (Abb. 2). Gagelin machte Worth 1848 aufgrund entstandener finanzieller Missstände zum Teilhaber. Nach Rekordumsätzen im Haus Gagelin eröffnete Worth 1858 sein eigenes Modehaus. So wurde er zum Herrn im eigenen Haus. Stofffabriken, die mit dem Maison Worth zusammenarbeiteten, mussten Verträge eingehen und durften ausschließlich an ihn liefern: „Farben, Muster und Qualität durften auf der ganzen Welt nicht mehr angeboten werden."[3]

Abb. 2

Wie viel Macht der Modeschöpfer hatte, zeigt sich schon in diesen Jahren: Die Haute Couture wurde erfunden. Worth strebte es an, die Krinoline durch die Tournure zu ersetzen und somit eine neue Silhouette der Frau zu schaffen. Der Couturier diktierte nicht nur die Mode, sondern damit auch die Körperform der Frau. Frauen waren lediglich als Schneiderinnen oder Mannequins beschäftigt und verhalfen ihm im Hintergrund

zum Erfolg. Das Mitbestimmungsrecht der Frau bei der Schmückung ihres Körpers wurde durch den Couturier deutlich eingeschränkt. Es galt: Sein Haus, seine Regeln.
Nachdem Worth den Auftrag bekam, eine Hofdame einzukleiden, schuf er ein Kleid nach seinen eigenen Vorstellungen: Er ließ Schuhe, Handschuhe und Fächer nach seinen Angaben anfertigen und kam am Tag des Geschehens in den Palast, um sie selbst auszustaffieren. Er entschied über Schmuck und Haar und besprach sich mit dem angestellten Friseur.[4] Für die Kaiserin Elisabeth von Österreich entwarf er ein Hauskleid, wobei sich auch die politische Herrscherin dem Diktat des Modeschöpfers unterwerfen musste.[5] Worth bestimmte damit nicht nur, was in der Öffentlichkeit zu repräsentativen Zwecken getragen wurde, sondern auch, was zu Hause im privaten Raum anzuziehen sei. Dank des Couturiers fand die Mode den Weg vom Couture-Haus ins Eigenheim.

FEMME MAISON

Im privaten Bereich des Eigenheims musste sich die Frau eine lange Zeit nicht nur den modischen Vorlieben des Couturiers, sondern auch denen ihres Ehemannes beugen. Ein Ausschnitt aus „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit: Die Gefangene" von Marcel Proust um 1923 verbildlicht diese Rollenverteilung. Frauen hatten angefangen, Kleider des Modeschöpfers Fortuny zu tragen, und Albertine, die Ehefrau des Protagonisten, sollte auch eines bekommen. Mariano Fortuny y Madrazo war ein spanischer Architekt und Modedesigner, der von der Kombination aus Blattwerken und floralen Dessins fasziniert war. Mit goldenen und silbernen Akzenten kombinierte er antike Formen mit Damenkleidern. Eines seiner berühmtesten Kleider war das *Delphos-Kleid* aus hauchdünnem plissiertem Seidensatin (Abb. 3)[6] – solch eins hätte es auch für Albertine sein können. Es sollte Gemeinsamkeiten mit der italienischen Architektur haben – so wollte es ihr Mann, der mithilfe von Kleidung seine Frau zur Verkörperung seiner Wunschvorstellungen stilisierte: „[M]ajestätisch – halb Dogaressa, halb Mannequin – schritt sie in [s]einem Zimmer auf und ab."[7] Gefügig und oft allein zu Hause sollte sich die Frau daran erfreuen, gemeinsam mit ihrem Gatten ein Hauskleid auszusuchen.
Die Frau war gefangen in der Häuslichkeit, während dem Mann die weite Welt offenstand. Die Entwicklung dieser Konstellation erreichte Ende des 19. Jahrhunderts

ihren Höhepunkt.[8] Die Künstlerin Louise Bourgeois reflektiert die gesellschaftliche Problematik einer solchen räumlich repräsentierten, genderbezogenen Aufteilung in ihrer Bildserie *Femme Maison* (1946-1947)[9] und überspitzt sie zugleich: In ihren Arbeiten ist der Kopf der Frau im Haus gefangen, während ihr entblößter Unterkörper in der Außenwelt für den Mann bereitsteht. Diese Konstellation spiegelte sich ebenfalls in der textilbezogenen Aufgabenverteilung wider: Die Frau verrichtete häusliche Handwerkstätigkeiten, während dem Herrn des Hauses, dem männlichen Couturier, das Privileg der kreativen Ideenfindung vorbehalten war.

Abb. 3

HAUSANZUG ALS MODESTATEMENT

Im goldenen Zeitalter der Couturiers wie Worth und Fortuny „kamen [die Trends] ausschließlich von der Haute Couture und sickerten langsam von oben nach unten."[10] Der sogenannte *trickle-down* Effekt funktionierte wie folgt: Die soziale Oberschicht setzte die Trends und diejenigen, die es sich leisten konnten, kopierten. Betuchte Frauen ließen sich von ihrem Couturier einkleiden: die Salons – und schließlich die Massenproduktion für jedefrau – ahmten die Modelle der Haute Couture nach. Doch seit den 60er Jahren lässt sich eine Entwicklung in die gegensätzliche Richtung erkennen. Beim *bubble-up* Effekt war es die Mode von der Straße, die ihren Weg auf den Laufsteg fand.[11] Damit setzten sich Alternativmoden der 60er Jahre gegen das Modediktat der Couturiers durch: „Der Abstieg der Couture von ihrem Thron wurde ausgerechnet von der Couture selbst mit vorbereitet, nämlich von Yves Saint Laurents ‚Beat'-Kollektion 1960. Sie glich einer Verbeugung vor dem Look der Straße."[12]
Dank der Frauenbewegungen der 60er Jahre wurde auch die weibliche Rolle und ihre Zuordnung der Häuslichkeit neu definiert: Aus dem Modepüppchen und Hausmütterchen ist eine emanzipierte Frau geworden. Selbst-

Abb. 4

bewusst und selbstständig kämpfte sie um Gleichberechtigung und Unabhängigkeit. Die Frau wurde mobil, ging auf die Straße und stand für sich selbst. Das Zuhause war nicht länger ihr einziges Terrain und weder Couturier noch Ehemann konnten über ihr äußeres Erscheinungsbild entscheiden – ob zu Hause oder auf der Straße.

Aus heutiger Perspektive stellt sich die Frage, ob die gesellschaftliche Position der Millennium-Frau so sicher ist, dass sie ihre ehemalige Häuslichkeit mit einem Augenzwinkern zu einem modischen Statement machen kann. Anfang der 2000er brachten popkulturelle Berühmtheiten wie Britney Spears, Pamela Anderson und Paris Hilton den häuslichen Glamour auf die Straße. Sie zeigten sich in mädchenhaften, bonbonfarbenen Jogging- bzw. Hausanzügen des kalifornischen Modelabels Juicy Couture, das seit 1997 hauptsächlich solche Couture-Jogger aus Nicky-Velours anbietet.[13] Geschmückt mit Accessoires, Tasche und Hund, hat eine privilegierte Frau der Leisure Class, die in solcher Aufmachung den Hausanzug straßentauglich und Couture-fähig macht, wohl kaum „die Kontrolle über ihr Leben verloren", wie Karl Lagerfeld 2012 postulierte. Neuerdings ließ sich der Modezar selbst vom Straßen-Jogger inspirieren und brachte in seiner Vorkollektion Frühjahr-Sommer 2018 für das Modehaus Chanel einen Hausanzug aus Jacquard-Tuch auf den Markt.

Der Hausanzug hat seinen Weg vom privaten Raum über die Straße auf den Laufsteg gefunden. Innen und außen, privat und öffentlich, Haus und Straße, Frau und Mann, Hoch- und Populärkultur, *bubble-up* und *trickle-down* Dynamiken stehen im ständigen Austausch und ergeben ein Netzwerk stetig wechselnder, gegenseitiger Einflussnahme. In diesem Dialog wird verhandelt, was und wann Mode ist – und wer darin temporär die Regeln bestimmt.

ANMERKUNGEN

1 Karl Lagerfeld bei Markus Lanz, ZDF. In: Etwas Verpasst. 2012. (https://www.etwasverpasst.de/markus-lanz/vom-19-april-2012-126852, 02.07.2018).
2 Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011, S. 5f.
3 Kinzel, Rudolf: Die Modemacher: die Geschichte der Haute Couture. Paul Zsolnay. Wien/Darmstadt 1990, S. 27.
4 Vgl. ebd., S. 47.

5 Vgl. ebd., S. 29.
6 Unbekannt: History. 1907 Delphos Gown. In: Fortuny. 2018. (http://fortuny.com/history/, 03.04.2018).
7 Proust, Marcel: Auf der Suche nach der verlorenen Zeit: Die Gefangene. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 2000, S. 225.
8 Vgl. Söntgen, Beate: Frauenräume-Männerträume. Interieur und Weiblichkeit im 19. Jahrhundert. In: Schulze, Sabine (Hg.): Innenleben. Die Kunst des Interieurs. Vermeer bis Kabakov. Hatje Cantz Verlag. Berlin 1999, S. 203-2011.
9 Vgl. Gompertz, Will: My life in art. The day Bourgeois moved me to tears. In: The Guardian. London 2008. (https://www.theguardian.com/artanddesign/2008/oct/07/louise.bourgeois, 03.04.2018).
10 Mueller-Stindl, Eleonore: Mode. Macher. Märkte. Von der Haute Couture auf die Straße. Deutscher Fachverlag GmbH. Frankfurt am Main 1998, S. 38.
11 Kinmont, Beth: Streetstyle: The Bubble Up Theory. In: Fashionunstitched. 2012. (https://fashionunstitched.wordpress.com/2012/09/10/streetstyle-the-bubble-up-theory/, 23.06.2018).
12 Schütte, Stefanie: Die 101 wichtigsten Fragen. Mode, Fashion, Haute Couture. C.H. Beck. München 2011, S. 50.
13 Vgl. Unbekannt: Juicy Couture Onlineshop. Stuttgart. (http://www.juicycouture.com/, 27.6.2018).

LITERATURVERZEICHNIS

Gompertz, Will: My life in art. The day Bourgeois moved me to tears. In: The Guardian. London 2008. (https://www.theguardian.com/artanddesign/2008/oct/07/louise.bourgeois, (03.04.2018).
Kinmont, Beth: Streetstyle: The Bubble Up Theory. In: Fashionunstitched. 2012. (https://fashionunstitched.wordpress.com/2012/09/10/streetstyle-the-bubble-up-theory/, 23.06.2018).
Kinzel, Rudolf: Die Modemacher: die Geschichte der Haute Couture. Paul Zsolnay. Wien/Darmstadt 1990.
Mueller-Stindl, Eleonore: Mode. Macher. Märkte. Von der Haute Couture auf die Straße. Deutscher Fachverlag GmbH. Frankfurt am Main 1998.
Proust, Marcel: Auf der Suche nach der verlorenen Zeit: Die Gefangene. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 2000.
Schütte, Stefanie: Die 101 wichtigsten Fragen. Mode, Fashion, Haute Couture. C.H. Beck. München 2011.
Söntgen, Beate: Frauenräume-Männerträume. Interieur und Weiblichkeit im 19. Jahrhundert. In: Schulze, Sabine (Hg.): Innenleben. Die Kunst des Interieurs. Vermeer bis Kabakov. Hatje Cantz Verlag. Berlin 1999.
Unbekannt: History. 1907 Delphos Gown. In: Fortuny. 2018. (http://fortuny.com/history/, 03.04.2018).
Unbekannt. In: Juicy Couture Onlineshop. Stuttgart. (http://www.juicycouture.com/, 27.6.2018).
Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Charles Frederick Worth. Appleton‘s Magazine: (https://archive.org/stream/appletonsmagazin05newy#page/618/mode/2up).
Abb. 2 Von St. Edmundsbury Borough Council, CC BY 2.5. (https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=2757845, 23.06.2018).
Abb. 3: National Museum of American History. Smithsonian Institution. Behring Centre. Gift of Mrs. Bertrand W. Cohn. (http://amhistory.si.edu/costume/object.cfm?recordnumber =368825, 03.04.2018).
Abb. 4: Patrika. Instagram. glamdoll_patrika. (https://www.instagram.com/p/BgeyX1RBPjY/?taken-by=glamdoll_patrika:, 23.06.2018).

PADERBORN HÄNGT DURCH

von Davina Sterzer

Sonne, Feierabend und eine Hängematte mitten im Park auf der Wiese. Für jeden nutzbar und dazu kostenlos... Klingt perfekt! Abhängen, Körper und Seele baumeln lassen.

Ich habe diese Vorstellung umgesetzt. Dafür habe ich eine Hängematte an einem sonnigen Tag im Paderquellgebiet aufgestellt. Eine Erläuterung „Häng mit mir durch“ lud ein, Platz zu nehmen. Passierende Menschen lesen das Schild, prüfen, schauen, beobachten, nähern sich der Hängematte und gehen wieder weg. Niemand legt sich hin und probiert das Abhängen aus.

„Woran liegt das?“ frage ich die vorbeigehenden Leute.

Die Frage nach der Hygiene	„Die Leute schwitzen doch alle.“
Die Frage nach der Intimität	„Alle schauen mich an.“
Die Frage nach der Beweglichkeit	„Ich bin ein alter Mann. Das ist etwas für junge Menschen.“
Die Frage nach der Gemeinschaft	„Sie steht so alleine da, es müsste eine Lounge sein.“
Die Frage nach dem Vertrauen	„Da kommt gleich wer und wir müssen fünf Euro zahlen.“
Die Frage nach der Ästhetik	„Die Hängematte ist zu farblos, nicht anziehend.“
Die Frage nach der Gemütlichkeit	„Sie sieht zu steril aus.“
Die Frage nach den Anderen	„Wenn einer anfängt, würden auch andere mitmachen.“
Die Frage nach der Einladung	„Vielleicht müsste das Schild etwas bunter sein.“

Es herrscht eine Ambivalenz: Die Idee hört sich gut an, ABER…! Stören uns so viele Faktoren, um uns an einem öffentlichen Ort wohlzufühlen? Viele Prozesse laufen unbewusst ab, die uns daran hindern, einfach mal loszulassen, zu entspannen, innerlich anzukommen.

Sterzer, Davina: Häng mit mir durch, 2018.

– MIT TEXTIL, MODERN, MOBIL –

ENT-WOHNEN

von Catharina Holzinger

Bevor die Menschen sesshaft wurden, waren sie Nomaden. Trotz der Sesshaftigkeit des Menschen ist sein Wunsch nach Mobilität nie verschwunden. Immobilität wird als Einschränkung empfunden und kann sogar als Strafe eingesetzt werden.[1] Der Mensch bewegt sich heute mehr denn je zwischen Wohnen und Wandern, wobei einige sich für das Wandern als Lebensform entscheiden. Durch die Globalisierung ist eine neue Form des Nomadismus entstanden, bei dem Besitztümer, die sich an einem festen Wohnsitz befinden, eine immer geringere Rolle spielen.

ZWISCHEN TÜR UND ANGEL

Das Studentenleben: Für die einen beginnt die Freiheit mit der ersten eigenen Wohnung, für die anderen bleibt es ein ewiges Pendeln im Zug. Sofia Bauer wohnt seit ihrem Auszug nicht nur in einer WG in Paderborn, sondern an mehreren Orten zugleich. Montagmorgens beginnt die erste Zugfahrt von ihrer Heimatstadt Dortmund zur Universität nach Paderborn. Unter der Woche wohnt, arbeitet und studiert sie dort. Spätestens Freitagmittags fährt sie wieder zurück in die Heimat. Hierfür werden die nötigsten Textilien eingepackt. Hygieneartikel, Bettwäsche und andere Haushaltsgegenstände sind an allen vier Wohnorten vorhanden und werden nicht für die Reise benötigt. Abends holt Sofia ihren Freund vom Bahnhof ab und sie fahren gemeinsam zu seinen Großeltern. Dort haben die beiden ebenfalls ein eigenes Zimmer, in dem sie am Wochenende übernachten können. Dieser Raum ist im Gegensatz zum alten Jugendzimmer bei den Eltern nur mit dem nötigsten ausgestattet: einer Schlafcouch und einem Schreibtisch. Wenn Sofia am Wochenende nicht zu ihren Eltern nach Dortmund fährt, besucht sie ihren Freund in Düsseldorf. Auch dort sind die nötigsten Hygieneartikel oder Wechselunterwäsche vorhanden.

Das Wohnen an vier Orten setzt keinen Minimalismus voraus, ganz im Gegenteil: Alles ist doppelt und dreifach gekauft, die schöne Bettwäsche in der WG soll schließlich auch im Jugendzimmer vorhanden sein und das Haarspray immer von einem Ort zum nächsten zu tragen wäre viel zu aufwendig. Nur beim Wechsel in den nächsten Wohnraum werden die wichtigsten Dinge mitgenommen.

WOHNEN AUF GLEISEN

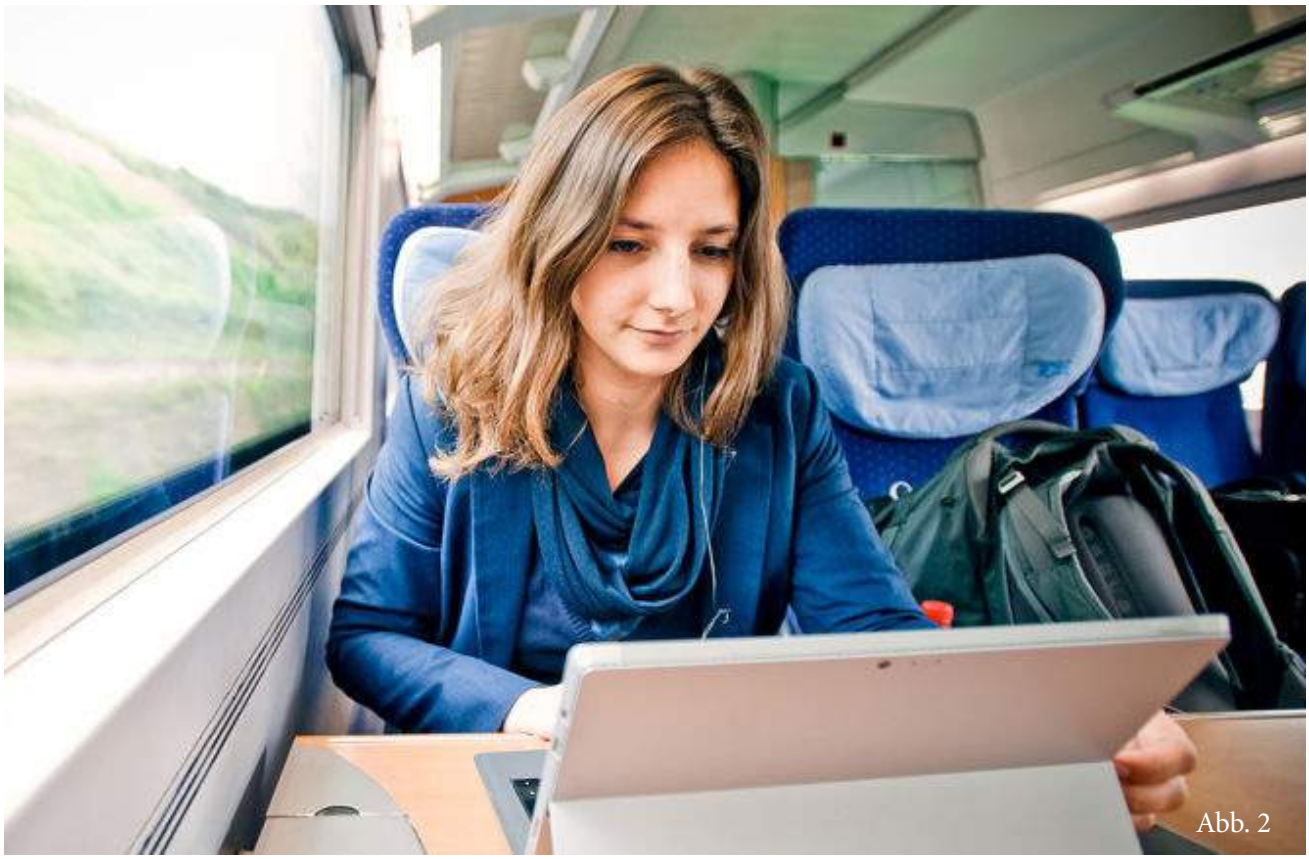


Abb. 2

Doch was wäre, wenn man seine Wohnung einfach ganz aufgeben würde? Auf das ständige Pendeln von Ort zu Ort, das Sachen ein- und auspacken verzichten könnte? Wäre es nicht leichter, nur einen Rucksack zu packen und jeden festen Wohnsitz aufzugeben, um in eine bewegliche Unterkunft zu ziehen? Eric Hoffmann und Leonie Müller haben diesen Versuch gewagt.

Leonie ist Studentin an der Uni Tübingen, ihr Freund lebt in Köln, ihre Oma in Bielefeld und ihre Mutter in Berlin. Zwischen diesen Orten pendelte Leonie regemäßig. Nun tauschte sie ihre Wohnung gegen eine Bahncard, um komplett auf den Gleisen zu wohnen. Seit dem 1. Mai 2015 ist der ICE ihr Wohnzimmer. Sie benötigt für ihr Leben auf den Gleisen nur noch wenig. Ein paar Wechselklamotten, Uni-Sachen, ein Tablet und Hygieneartikel. Zum Schlafen fährt Leonie allerdings meist zu ihrem Freund nach Köln oder zu einer Freundin nach Tübingen. Vielleicht ist es für eine Frau nachts alleine doch zu gefährlich auf den Gleisen (Abb. 2)?[2]

Ganz anders dagegen Eric Hoffmann. Seine Wohnung ist der Zug, in dem er sitzen bleibt,

wenn die anderen aussteigen. Als er für einen neuen Job in München eine Wohnung suchte, entschied er sich lieber für die Bahncard, die günstiger als eine Wohnung in der Großstadt war. Für das Wohnen auf den Gleisen verkaufte Eric seinen ganzen Besitz, vom Fernseher bis zum Handy, und hat nun nur noch das Nötigste dabei. Fast alles, was er bei sich trägt, sind Textilien. Die DB Lounge ist seitdem sein Wohn-, Bade- und Speisezimmer geworden. Es gibt dort kostenloses Essen für Bahncard-Besitzer und auch die Waschräume empfindet Eric als angenehm. Manchmal richtet er seine Tour sogar nach dem Essen in der Lounge aus. In Salzburg zum Beispiel gibt es immer Schokolade.

Auch nachts passt Eric sein Leben an die Gegebenheiten im Zug an: Zum Schlafen nutzt er am liebsten die Intercity-Wagen im 1. Abteil, in denen er über drei Sitze ausgebreitet schlafen kann, bis er morgens in München ankommt und pünktlich zur Arbeit gehen kann.[3]

WOHNEN ZWISCHEN SURF AND TURF

Conni Biesalski führt das Leben ohne Wohnung noch einen Schritt weiter: Sie ist eine digitale Nomadin. Sie wohnt an den verschiedensten Orten, von denen aus sie an ihrem Blog arbeitet und E-Books verkauft (Abb. 3).

Abb. 3

Im Jahr 2012 entschied sich Connie, ihren Traum von Freiheit zu erfüllen. Seitdem lebt sie als digitale Nomadin in privat vermieteten Wohnungen in den verschiedensten Ländern. Connie mag es gerne minimalistisch und versucht, nicht zu viele Dinge anzusammeln. Sie besitzt in Deutschland, Kalifornien und auf Bali noch wenige Kisten mit ihrem Besitz. Sie reist immer nur mit Handgepäck und sagt, dass ihr Rucksack ihr Zuhause ist:[4] „Ich habe zwar nicht viele persönliche Dinge, dennoch brauche ich meinen Raum".[5]

Felicia Hargarten ist ebenfalls eine digitale Nomadin, die die Freiheit liebt und seit ihrem 20. Lebensjahr um die Welt reist, sofern sich ihr die Möglichkeit dazu bietet. Mit Anfang 30 realisierte sie schließlich ihren Traum von flexiblen Arbeitsbedingungen sowie der zeitlichen und örtlichen Ungebundenheit. Sie kündigte ihren Job und reiste gemeinsam mit ihrem Freund ins Ausland: „Als digitaler Nomade reist man ja auch nicht ständig von A nach B. Es geht eher um das Prinzip, länger an einem anderen Ort zu leben"[6], so Felicia. Für sie ist es trotz der vielen Freiheiten und Unabhängigkeiten wichtig, dass man Strukturen im Leben hat.[7] Vor einigen Jahren sah das Leben für die meisten noch anders aus: Man ging zur Schule, danach in den Beruf, in dem man bis zur Rente blieb. Heutzutage sind die Lebenswege abwechslungsreicher geworden. Die digitalen Nomaden brechen mit diesen alten Regeln, sind aber trotzdem Teil des Systems. Sie müssen Steuern zahlen und sich um ihre Altersvorsorge kümmern, passen sich dabei aber dem Wandel der Zeit an.

Erst seit ca. 5.000 Jahren siedelt ein Großteil der Menschen dauerhaft an einem Ort. Dem gegenüber stehen 2.000.000 Jahre Nomadentum[8], die vielleicht noch in unseren Genen stecken. Oft wurden Aussteiger belächelt, die Menschen blieben lieber in ihren Heimen, die sie mühselig erbaut und mit Besitztümern gefüllt hatten. In einer Gesellschaft, in der man sich an seinen Besitztümern misst, ist dies auch nicht verwunderlich. Jedoch wollen heute immer mehr Menschen mehr Freiheiten. Durch die fortschreitende Digitalisierung hoffen sie auf ein selbstständigeres und unabhängigeres Leben. Das digitale Nomadentum hat sich zu einer neuen, stetig wachsenden Kultur entwickelt.[9]

WOHNEN AUF VIER RÄDERN

Wer nun wie unsere Vorfahren als Nomade leben möchte, muss seine Wohnung kündigen, Heim und Besitz mitnehmen – ebenso wie die Beduinen in Afrika. Genau das hat Carolin Ballweg getan.

Carolin hatte eine große Wohnung in Köln direkt am Rathenauplatz, mit Whirlpool-Badewanne und begehbarem Kleiderschrank. Sie war mit ihrem Job zufrieden, hatte nette Kollegen und flexible Arbeitszeiten. Doch trotzdem fehlte ihr etwas in ihrem Leben. Freiheit, Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit sind für Carolin wichtige Werte. So entschied sie sich dazu, ihre Wohnung aufzugeben und in einem Camper Van zu leben (Abb. 4). Die Entscheidung, den festen Wohnsitz aufzugeben, war nicht einfach. „Es geht darum, die Lebensumstände den Bedürfnissen anzupassen, nicht die Bedürfnisse an die Lebensumstände!“[10]

Abb. 4

Bevor das Leben auf vier Rädern beginnen konnte, musste entschieden werden, welcher Besitz mit auf Reisen gehen darf. Carolin hat die meisten Sachen an eritreische Frauen verschenkt, einen Teil verkauft oder entsorgt und nur das Wichtigste behalten. Trotzdem hat sie noch genug Kleidung für die verschiedensten Situationen: „Als das alles weg war, habe ich erst realisiert, wie viel Ballast ich zu Hause hatte."[11]

Carolin ist Management Consultant & Trainer für Konzerne, KMU und auch Start-ups. Die Vermietung eigener Immobilien dient beispielsweise dazu, bereits für die Rente vorzusorgen. Sie selbst nennt ihren Arbeits- und Lebensstil Worldoffice und trennt damit nicht zwischen Privatem und Beruflichem. Seit sie sich entschieden hat zu tun, was ihr Spaß macht, arbeitet sie für ihr Leben gerne. Dass Carolin jemals wieder in einer Wohnung an einem Ort wohnen will, kann sie sich nicht vorstellen: „Ich liebe es, zu reisen, an verschiedenen Orten zu sein, die Welt kennen zu lernen, an verschiedenen Orten kreativ zu sein und zu arbeiten."[12]

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Hendricks, Alfred: Menschen Unterwegs – Mobilität als Erfolgsstrategie. In: Brünenberg, Kerstin; Hendricks, Alfred [Hg]: Unterwegs – Nomaden früher und heute Linnemann. Gütersloh 2003.

2 Vgl. Kolhoff-Kahl, Iris: „Gespannte" Textilien. Schirm, Kleid, Baldachin, Pneu, Zelt …: Unterrichts- und Lehrmaterial zu Behausungen für Kinder und Jugendliche der 1. – 6. Klassen des Textil-, Kunst- und Sachunterrichts. Schneider Verlag. Baltmannsweiler 2001.

3 Vgl. Kinzelmann, Fabienne: Freiwillig wohnungslos In: Spiegel Online. 2015 (URL: http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/deutsche-bahn-statt-wohnung-studentin-lebt-jetzt-in-zuegen-a-1048909.html, 14.02.2018).

4 Vgl. Elßmann, Claus: Leben im Zug. Wohnung ICE. In: Zweites Deutsches Fernsehen. 2017 (https://www.zdf.de/verbraucher/wiso/leben-im-zug-100.html, 01.02.2017).

5 Vgl. Steinbach, Evelyn: Digitale Nomaden arbeiten, wo andere Urlaub machen. In: Welt. 2017. (https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article168369278/Digitale-Nomaden-arbeiten-wo-andere-Urlaub-machen.html, 20.02.2018).

6 Ebd.

7 Gracher, Marie: Digitale Nomaden: „Es gibt keine Sicherheit mehr - auch nicht in der Festanstellung." In: Gründerszene. 2014 (https://www.gruenderszene.de/allgemein/digitale-nomaden-felicia-hargarten, 15.02.2018).

8 Vgl. Büter, Andreas: Digitale Nomaden – Eine Laune der Genetik? In: Citizencircle. 2017 (https://www.citizencircle.de/digitale-nomaden-eine-laune-der-genetik/ 16.02.2018).

9 Vgl. ebd.

10 Vgl. Büter, Andreas: Digitale Nomaden – Eine Laune der Genetik? In: Citizencircle. 2017 (https://www.citizencircle.de/digitale-nomaden-eine-laune-der-genetik/, 15.02.2018).

11 Interview mit Carolin Ballweg. Interview führte Catharina Holziger. 17.02.2018.

12 Ebd.

LITERATURVERZEICHNIS

Interview mit Carolin Ballweg. Interviewt von Catharina Holziger. 17.02.2018.

Biesalski, Conni. Interviewt von Tim Chimoy. In: Citizencircle. 2013. (https://www.citizencircle.de/nomaden-interview-mit-conni/, 15.02.2018).

Büter, Andreas: Digitale Nomaden – Eine Laune der Genetik? In: Citizencircle. 2017. (https://www.citizencircle.de/digitale-nomaden-eine-laune-der-genetik/, 15.02.2018).

Elßmann, Claus: Leben im Zug. Wohnung ICE. In: Zweites Deutsches Fernsehen. 2017. (https://www.zdf.de/verbraucher/wiso/leben-im-zug-100.html, 01.02.2017).

Gracher, Marie: Digitale Nomaden: „Es gibt keine Sicherheit mehr - auch nicht in der Festanstellung." In: Gründerszene. 2014. (https://www.gruenderszene.de/allgemein/digitale-nomaden-felicia-hargarten, 15.02.2018).

Hendricks, Alfred: Menschen unterwegs - Mobilität als Erfolgsstrategie. In: Brüneberg, Kerstin, Hendricks, Alfred (Hg.): Unterwegs – Nomaden früher und heute. Linnemann. Gütersloh 2003.

Kinzelmann, Fabienne: Freiwillig wohnungslos In: Spiegel Online. 2015. (http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/deutsche-bahn-statt-wohnung-studentin-lebt-jetzt-in-zuegen-a-1048909.html, 14.02.2018).

Kolhoff-Kahl, Iris: „Gespannte" Textilien. Schirm, Kleid, Baldachin, Pneu, Zelt …: Unterrichts- und Lehrmaterial zu Behausungen für Kinder und Jugendliche der 1. – 6. Klassen des Textil-, Kunst- und Sachunterrichts. Schneider Verlag. Baltmannsweiler 2001.

Mania, Steffi: Was ist Leben auf Rädern?. In: Keine Eile. 2014. (https://www.keine-eile.de/leben-im-wohnmobil/, 14.02.2018).

Steinbach, Evelyn: Digitale Nomaden arbeiten, wo andere Urlaub machen. In: Welt. 2017. (https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article168369278/Digitale-Nomaden-arbeiten-wo-andere-Urlaub-machen.html, 20.02.2018).

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Holzinger, Catharina: Vier Türen im Mahón, 2016.
Abb. 2: Mayr, Felix: Leonie Müller, 2015.
Abb. 3: Conni Biesalski (https://www.planetbackpack.de/uber-mich/, 27.06.2018)
Abb. 4: Ballweg, Carolin: Van. Fotograf: Uwe Kloessing, 2018.

Klomage an ein „Frühstück im Grünen“

Foto: Catharina Holzinger

Bildbearbeitung: Florian Krause

WOHNZIMER-BLUES

von Alicia Jablonski

KÜHL, GLATT, GLÄNZEND, KNISTERND – BLAU.

Daran erinnere ich mich, wenn ich an unser einstiges Familienwohnzimmer denke. Besonders die hellblauen Gardinen aus glänzendem, schweren Stoff lassen mich heute zusammenzucken. Sie schimmerten wie ein exotisches Tier, etwas Unbekanntes, das Unbehagen auslöste. Warum ist mir dieses Detail im Gedächtnis geblieben?

HIMMELBLAU

Hellblaue Tapeten kleiden die Wände, helle Holzmöbel stehen davor, eine dunkelgrüne Sofalandschaft lädt zum Verweilen und grün-bläulich gemusterte Sofakissen zum darin Versinken ein, glänzende türkis-bläuliche Vorhänge rahmen die Fenster (Abb. 1-2).
Dies ist der Blick in unser Familienwohnzimmer ab dem Jahr 1995. Die Menschen zogen es in den 1990er Jahren vor, sich mit der Farbe Blau zu umgeben. „Offenbar passte Blau am besten zum damaligen Zeitgeist“[1], heißt es in einer heutigen Untersuchung. Noch in dem Jahrzehnt zuvor beherrschten zaghaftere Farbgestaltungen das deutsche Wohnzimmer, ganz im Gegenteil zur Mode, die mit Neonfarben auftrumpfte. Doch ganz langsam veränderte sich auch das Interieur und ein neuer Einrichtungstrend entstand: der Landhausstil. Dieser zeichnete sich durch helle Holzmöbel und die Farbkombination aus Weiß- und Blautönen aus.
Letztere ließen sich auch außerhalb des Landhausstils wiederfinden. Blau dominierte als farbliches Gestaltungselement.[2] So ist es nicht verwunderlich, dass dieser Farbtrend auch das Herz unseres Hauses, das Wohnzimmer, eroberte.
Es entstand eine blaue Welt, in der die Sofakissen auf die Gardinen abgestimmt waren und die einheitlichen Möbel perfekt mit der hellblauen Wandfarbe harmonierten. Es passte alles zusammen, wie in einem Kunstwerk – einem Gesamtkunstwerk.
Der Ursprung des Strebens nach einem Gesamtkunstwerk liegt im Zeitalter des Barock.[3] Hier kam dem Interieur vor allem ein repräsentativer Charakter zu, der die Macht und den Reichtum des Bewohners zeigen sollte. Diese Epoche stand im Zeichen des französischen Absolutismus und den Bestrebungen des Bürgertums nach Anerkennung. Besonders ersterer beeinflusste die Mode und Architektur der wohlhabenden Bevölkerungsschicht. Die Formgebung und Linienführung der Architektur wiederholte sich in der Gestaltung und Form der Möbel, der Ta-

petenmusterung, dem Design verschiedener Wohntextilien und der Mode.
Alles befand sich im Einklang, immer unter dem strengen Regime der Symmetrie. Besonders durch die „Gesamtheit der textilen Ausstattung“[4] verwandelte sich ein Raum in ein Gesamtkunstwerk. Das Ausschmücken durch Volants und Rüschen verband die Inneneinrichtung mit der Mode der damaligen Zeit. Und so schmückte der Mensch prunkvoll sein Heim und seinen Körper. Letzteres galt besonders für das weibliche Geschlecht, dessen Funktion sich zum Ende des 18. Jahrhunderts dem des Interieurs anglich. Die Dame des Hauses schmückte ihren Mann und präsentierte seinen Erfolg ebenso wie seine Räumlichkeiten.[5]
Das Gesamtkunstwerk der 90er Jahre repräsentierte auch die damaligen Vorlieben, allerdings beschränkte sich das Gesamtkunstwerk häufig nur auf ein Zimmer. Weder die Architektur des Hauses noch der Kleidungsstil passte sich daran an. Lediglich der Wunsch

Abb. 2

nach einem einheitlichen Raumgefühl blieb. Lassen sich für dieses Phänomen noch weitere Beispiele finden, eventuell sogar mit demselben Farbschema?

Abb. 1

LICHTBLAU

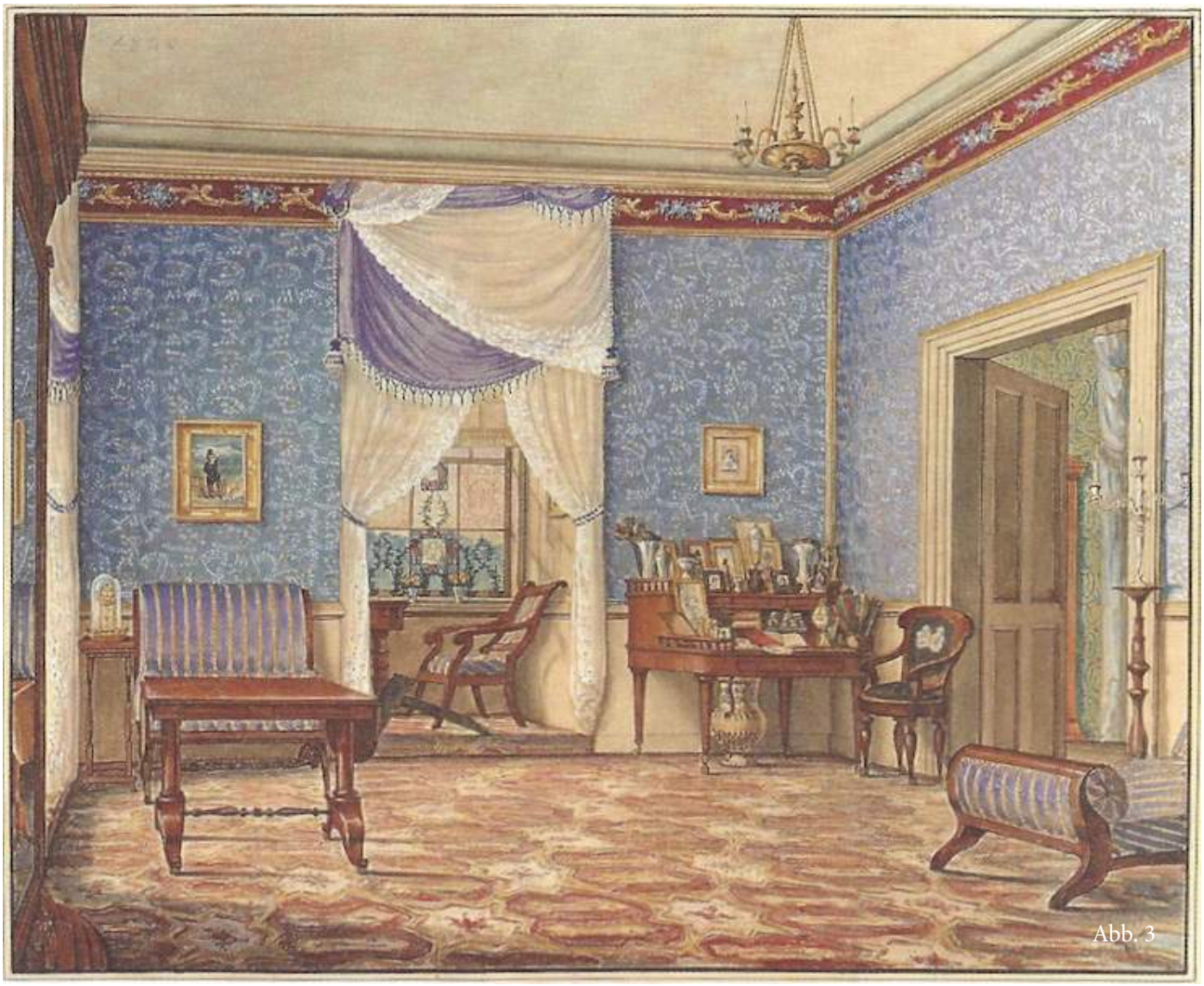


Abb. 3

Ja! Auch Asta Luise von Veltheims Zimmer war ein Gesamtkunstwerk in Blau (Abb. 3). Sie lebte in dem im 18. Jahrhundert erbauten Schloss Bartensleben. Die Einrichtung ihres Zimmers war „farblich fein aufeinander abgestimmt“[6] in unterschiedlichen Blautönen mit rötlichen und goldenen Akzenten. Zu der leuchtend blauen Tapete setzte sich die Bordüre mit rotem Untergrund ab, ebenso wie die goldenen Leisten, die gleichzeitig eine textile Wandbespannung imitieren sollten. Im Teppich wiederholt sich der Rotton der Bordüre. Hervorzuheben ist die textile Gestaltung der Möbel. Entgegen der Mode des 19. Jahrhunderts waren die Polstermöbel mit einem farblich zur Tapete passenden Stoff bezogen. Modejournale dieser Zeit schlugen jedoch sich von der Tapetenfarbe absetzende Möbelbezüge vor. Lediglich ein dünner goldener Streifen löste das monotone Blau auf und schaffte dabei eine Verbindung zum restlichen Mobiliar. Besonders interessant sind die voluminös drapierten Gardinen. Sie entsprachen dem damaligen Pariser Modetrend, indem sie die Farbe der Stuhlbezüge aufgriffen, jedoch als Gegenspieler zum Blau Weiß involvierten. In Zeitschriften, wie zum Beispiel das *Journal des Luxus und der Moden*, sind Belege für solche Trends zu finden.[7]

Einem ähnlichen Farbklang folgt auch „Das blaue Zimmer“ aus dem Jahr 1901 des Künstlers Pablo Picasso. Das Werk entstand zu Beginn seiner blauen Periode, ausgelöst durch den Freitod seines Freundes Carlos Casagemas. Sie dauerte bis 1905 und in ihr wandte sich Picasso motivisch besonders den „Außenseitern der Gesellschaft“[8] zu.[9] Auf dem Ölgemälde ist eine badende Frau in einem in Blau-, Gelb- und Rottönen gehaltenen Interieur zu sehen. Dabei scheint es so, als sei den Gelb- und Rottönen auch ein wenig Blau beigemischt worden oder als ob eine leichte, blaue Lasur das gesamte Gemälde überzöge. Die Wände sind in einem hellen Graublau gehalten. Die eigentlich weiße Bettwäsche scheint diese Farbigkeit zu absorbieren – in den dunkelblauen Schattierungen des Faltenwurfs. Das Sitzmöbel, das unter dem Fenster in der linken Bildhälfte steht, ist mit einem blau-rot gestreiften Stoff überzogen, auf den sich das goldene Sonnenlicht ergießt. Im auf dem Boden liegenden Teppich und dem auf dem Tisch stehenden Blumenstrauß vereinen sich alle im Bildausschnitt dominierenden Farbtöne – Blau, Gelb, Rot. Durch das Abdunkeln der Farbtöne mit dem Basiston Blau strahlt das Interieur dieses Raumes eine kühle Melancholie aus. Sogar das warme Licht der Sonne und das Oxidrot der Wohntextilien erscheinen hier blass und kalt.

Abb. 4

Ein Vergleich der Farbklänge zeigt einige Gemeinsamkeiten zu unserem ehemaligen Wohnzimmer auf: Auch hier greifen die Gardinen den Farbton der Wohntextilien auf. Ein bläulich türkiser Streifen durchzieht die Kissenbezüge der Sofalandschaft. Außerdem fungiert im 90er-Jahre-Wohnzimmer ebenfalls Rot als farblicher Gegenspieler zu Blau, indem sich verschiedene Rottöne in den Kissenbezügen und auch dem Wandbild wiederholen. Die Gardinen sind ebenfalls absichtlich in große Falten gelegt und umrahmen die Fensterfront von einer Seite zur anderen. Allerdings fehlen in diesem Raum die warmen, goldenen Farbakzente, die das in Aquarell festgehaltene Zimmer gemütlich wirken lassen. Ähnlich dem Ölgemälde von Picasso scheinen Textilien und Architektur zu verschmelzen. Alle Räume sind farblich subtil abgestimmte Gesamtkunstwerke, mit jeweils unterschiedlichen emotionalen Wirkungsweisen.

TÜRKISBLAU

Die Epoche des Barocks fand ein Ende, nicht aber die Inszenierung eines gesamtheitlichen Interieurs, wie die zuvor genannten Beispiele zeigen. Dieser Drang nach einer harmonischen Gestaltung eines Gesamtbildes nennt man im Bereich der Konsumforschung den *Diderot-Effekt*. Verändert der Bewohner nur einen Aspekt seines Umfelds, wie ein Wandbild oder seinen Kleidungsstil, so perturbiert es sein zuvor geschaffenes Gesamtkunstwerk. Um dieses jedoch wiederzuerlangen, muss nun das Alte an das Neue angepasst werden, sodass alles wieder eine Einheit ergibt.[10]
Ändert sich also nur ein Teil der Inneneinrichtung, so entsteht eine Störung, die wir sofort beheben wollen. Somit ist es verständlich, dass der Bewohner des Anfangsbeispiels sich für einen Farbklang entschied, der in einer Farbfamilie beheimatet ist. Alles passte zusammen und ergab, von den Gardinen zu den Sofakissen, ein Gesamtkunstwerk, durch das er zu dieser Zeit seine Persönlichkeit und Empfinden definierte. Unser Zuhause bietet den besten Schauplatz der Selbstinszenierung, denn hier entscheiden wir, wer wir sein wollen und wie wir anderen gegenübertreten.[12] Die farbige Gestaltung kann dabei auf eine geografische Herkunft verweisen, auf eine bestimmte Lebenseinstellung oder die verschiedensten Wünsche und Träume wahr werden lassen.[13]
Ich denke nicht, dass es das Gesamtkunstwerk war, das meine heutigen Erinnerungen an dieses Wohnzimmer prägen, sondern die farbliche Gestaltung, die damals modern war.

„Blau
Die Lieblingsfarbe.
Farbe der Sympathie, der Harmonie und der Treue, trotzdem kalt und fern."[14]

Bei einer Befragung von 2000 Personen gaben 45% Blau als ihre Lieblingsfarbe an[15], damit ist sie die Lieblingsfarbe in Deutschland für Mode, Autos und Wohnräume. Sie ist „die Farbe aller guten Eigenschaften"[16]. Wir assoziieren kaum negative Emotionen mit diesem Farbton. Dabei kann eine Farbe in verschiedenen Farbkombinationen, Farbklängen und Kontexten differenzierte emotionale Verbindungen hervorrufen. Diese sind nicht etwa eine Frage des Geschmacks und variieren je nach Lieblingsfarbe, sondern sind tief im kulturellen Gedächtnis verankert.

Sympathie, Harmonie, Freundschaft, Treue und Vertrauen werden mit der Farbe Blau assoziiert.[17] Auch die Phantasie ist blau. *Wir lügen das Blaue vom Himmel* und woher hat Käpt'n Blaubär sonst seine markante Fellfärbung? Gleichzeitig steht es auch für den Verstand und die Männlichkeit. Obwohl Blau als Gegenpol zum „männlichen Rot"[18] durch seine Verbindung zur Stille, Passivität, Introvertiertheit und dem Medium Wasser einst der Weiblichkeit zugeordnet war. In der Malerei trägt die Gottesmutter Maria meist bläuliche Gewänder. Lediglich in der Babyfarbgebung steht Hellblau für einen Jungen und Rosa für ein Mädchen. Wahrscheinlich war die farbliche Gestaltung der Innenräume jedoch auf die erholsame und entspannende Wirkung des Tons zurückzuführen, entstanden durch die Assoziation mit der Dämmerung und der Zeit nach einem Arbeitstag.[19]

Doch wir verbinden auch Kälte und Isolation mit diesem Farbton: Wenn wir frieren, signalisiert unser Körper uns das unter anderem durch bläulich anlaufende Lippen oder Fingerspitzen. Das Muster *Blau gleich Kälte* entwickelt sich bereits in der Kindheit und bleibt auch mit zunehmendem Alter bestehen. „Als Raumfarbe ist Blau ungemütlich, weil es optisch den Raum zu öffnen scheint, die Kälte hineinlässt."[20] Auch Goethe war der Meinung, dass ein Zimmer dadurch zwar größer wirke, jedoch auch leer und kalt.[21]

Meine anhaltende Faszination entspringt wahrscheinlich aus diesem Muster, welches so gefestigt ist, dass selbst der wohnlichste Raum im Haus und seine Wirkung mich immer noch beschäftigen. Nichtsdestotrotz entschied sich meine Mutter für ein Gesamtkunstwerk in Blau. Interessant ist dabei auch, dass zwei der Beispiele eines blauen Zimmers von Frauen bewohnt und eingerichtet wurden. Ist dieser Farbton also immer noch unbewusst mit dem Weiblichen verbunden?

Anmerkungen

1 Unbekannt: Das blau-weiße Jahrzehnt. In: Farbimpulse. 2013. (http://www.farbimpulse.de/Das-blau-weisse-Jahrzehnt.720.0.html, 05.01.18).
2 Vgl. ebd.
3 Würsten, Sonja; Wolf, Hilde; Flieger, Brigitte: Mode und Wohnen. Vom Mittelalter bis zur Moderne. Edition Leipzig. Leipzig 1993, S. 63-90.
4 Ebd., S. 84.
5 Vgl. ebd., S. 63-90.
6 Lukatis, Christiane [Hrsg]: Mein blauer Salon: Zimmerbilder der Biedermeierzeit; [Ausstellung im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg, 11.5. bis 20.8.1995]. Ausstellungskataloge des Germanischen Nationalmuseums. Verlag des Germanischen Nationalmuseums. Nürnberg 1995, S. 152.
7 Vgl. ebd.
8 Matzner, Alexandra: Pablo Picasso: Blaue Periode. Melancholie und düstere Stimmung. In: Art in words. 2018. (https://artinwords.de/pablo-picasso-blaue-periode/, 11.06.18).
9 Vgl. ebd.
10 Vgl. Diderot, Denis: Gründe, meinem alten Hausrock nachzutrauern. Friedenauer Presse. Berlin 1998, S. 3-12.
11 Ebd., S. 4.
12 Rice, Charles: The Emergence of the Interior. Architecture, Modernity, Domesticity. Routledge. Oxon, New York 2007, S. 2.
13 Vgl. Cliff, Stafford: Wie wir mit Farben wohnen. Christian Brandstätter Verlag. Wien 2008, S. 98.
14 Heller, Eva: Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken. Droemer. München 2000, S. 11.
15 Diese Studie wurde für die Veröffentlichung von Eva Heller in Deutschland 2000 durchgeführt. Es wurden 2000 Frauen und Männer im Alter von 14 bis 97 Jahren befragt. Vgl. ebd., S. 6 f.
16 Ebd., S. 25.
17 Vgl. ebd.
18 Ebd., S. 35.
19 Vgl. ebd., S. 11-48.
20 Ebd., S. 30.
21 Vgl. ebd.

Abb. 5

Literaturverzeichnis

Cliff, Stafford: Wie wir mit Farben wohnen. Christian Brandstätter Verlag. Wien 2008.

Diderot, Denis: Gründe, meinem alten Hausrock nachzutrauern. Friedenauer Presse. Berlin 1998.

Unbekannt: Das blau-weiße Jahrzehnt. In: Farbimpulse. 2013. (http://www.farbimpulse.de/Das-blau-weisse-Jahrzehnt.720.0.html, 05.01.18).

Heller, Eva: Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken. Droemer. München 2000.

Lukatis, Christiane [Hrsg]: Mein blauer Salon: Zimmerbilder der Biedermeierzeit; [Ausstellung im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg, 11.5. bis 20.8.1995]. Ausstellungskataloge des Germanischen Nationalmuseums. Verlag des Germanischen Nationalmuseums. Nürnberg 1995.

Matzner, Alexandra: Pablo Picasso: Blaue Periode. Melancholie und düstere Stimmung. In: Art in words. 2018. (https://artinwords.de/pablo-picasso-blaue-periode/, 11.06.18).

Rice, Charles: The Emergence of the Interior. Architecture, Modernity, Domesticity. Routledge. Oxon, New York 2007.

Würsten, Sonja; Wolf, Hilde; Flieger, Brigitte: Mode und Wohnen. Vom Mittelalter bis zur Moderne. Edition Leipzig. Leipzig 1993.

Abbildungsverzeichnis

Titelbild: Pixabay.

Abb. 1: Jablonski, Sabine – Familienwohnzimmer, Februar 2001. Privatfotografie.

Abb. 2: Jablonski, Frank – Familienwohnzimmer, 24.12.1999. Privatfotografie.

Abb. 3: Unbekannt - Zimmer von Asta Luise von Veltheim auf Schloß Bartensleben, 1840. In: Lukatis, Christiane [Hrsg]: Mein blauer Salon: Zimmerbilder der Biedermeierzeit; [Ausstellung im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg, 11.5. bis 20.8.1995]. Ausstellungskataloge des Germanischen Nationalmuseums. Verlag des Germanischen Nationalmuseums. Nürnberg 1995. S. 38. © Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.

Abb. 4: Pablo Picasso - Das blaue Zimmer, 1901. © VG Bildkunst Bonn 2014.

Abb. 5: Pexels.

Eine Szene im Möbelhaus

von Judith Morck

ERSTER AUFZUG

ERSTER AUFTRITT

Möbelhaus, regnerischer Samstagnachmittag. Sie und Er haben den Mietvertrag für ihre Traumwohnung unterschrieben und wollen nach drei Jahren Beziehung endlich zusammenziehen. Ein Sofa soll gekauft werden.

SIE Oh, ich freue mich so! Das wird so toll.
ER *bleibt stehen, drückt und küsst sie*
Jetzt gehen wir erstmal rein und schauen uns um. Mal gucken, ob wir was finden, das uns gefällt.
SIE Bestimmt! Das Auto wird nachher vollgeladen sein. *lacht*
ER Ich dachte, wir gucken erstmal nur?
SIE Ja, aber wenn wir was finden, warum sollten wir es nicht direkt mitnehmen?
ER Naja, schauen wir mal.

Sie gehen in den Laden, sie steuert als erstes auf die Dekorationsabteilung zu, er hält sie an der Hand fest.

ER Deko kaufen wir erst, wenn wir uns eingerichtet haben, okay?
SIE *murmelt* Okay. *freudig* Dann lass uns einfach zuerst die Sofas angucken.

ZWEITER AUFTRITT

In der Sofa-Abteilung.

SIE Oh, guck dir mal das an. Wie schön! *zeigt auf ein rotes Zwei-Sitzer-Sofa mit Holzfüßen und geschwungener Lehne*
ER Was? Nein, ich will ein Ecksofa. Die sind viel praktischer.
SIE Aber guck dir mal die Lehne an. Wie schön das aussieht.
ER Ja, aber total unpraktisch! Dazu bräuchten wir noch ein Sofa, ich meine, wir können uns da nicht mal zusammen drauflegen, um Fernsehen zu gucken.
SIE Egal, lass uns einfach mal Probe sitzen. *wirft sich auf die Couch* Komm schon, setz dich mal, die ist so weich!
ER *guckt auf Preisschild* Oh man. Hast du den Preis mal gesehen? Komm, wir gehen weiter und suchen was Vernünftiges!
SIE *guckt ihn bittend an*
ER *seufzt genervt und setzt sich zu ihr*
SIE *strahlend* Siehst du, total bequem, oder?
ER *genervt* Ja, und jetzt steh auf, lass uns weiter gucken!

Sie guckt sich ebenfalls den Preis an, kapituliert und die beiden gehen weiter.

SIE Was hältst du von dem da? *zeigt auf ein graues Ecksofa*
ER Ja, ganz schön, aber die Lehnen sind mir noch zu niedrig.
Aber wie findest du das? *zeigt ebenfalls auf ein graues Ecksofa*
SIE *sitzt Probe* Nee, die Sitzfläche ist mir viel zu tief.
ER *fläzt sich zu ihr* Aber das ist doch total bequem!
SIE Ich will mich aber auch vernünftig hinsetzen können.

Beide gehen weiter.

ER *zeigt begeistert auf ein grünes Ecksofa* Schau mal, Schatz, das Sofa hier würde perfekt zu meinem Bild passen!
SIE Ich dachte, wir hängen das Bild lieber irgendwo anders hin. In die eine Nische im Flur oder so.
ER Aber warum? Über dem Sofa im Wohnzimmer würde es sich doch super machen. Da sieht man es vor allem besser.
SIE Ne, ich mag das Sofa nicht so. *zieht ihn weiter*

DRITTER AUFTRITT

Die beiden sind durch die Sofa-Abteilung durch und haben nichts gefunden. Beide sind enttäuscht, dass sich das Möbel Aussuchen so schwer gestaltet, aber kommen dennoch glücklich in der Küchenabteilung an. Sie verliebt sich auf den ersten Blick in eine beige Landhausküche mit einer modernen Arbeitsplatte im shabby chic Look. Er will sie von einer schwarzen Hochglanzküche mit soft close Scharnieren überzeugen. Nach kurzer Zeit kommt ein Verkäufer hinzu.

HÄNDLER Entschuldigung, kann ich Ihnen vielleicht helfen?
SIE *genervt* Ja, können Sie meinem Freund bitte erklären, dass eine schwarze Hochglanzküche viel zu viel Arbeit macht und dass man jeden Fingerabdruck darauf sieht?
VERKÄUFER Ehm… *guckt hilflos von einem zum andern*
ER Die ist aber viel moderner als deine komische Landhausküche!
SIE Toll, aber sie macht auch dreimal so viel Arbeit. *An Verkäufer gewandt* Nicht wahr?
VERKÄUFER Also natürlich sieht man schneller Abdrücke … Aber sie ist dafür auch sehr pflegeleicht! Man kann sie schnell abwischen und man sieht immer, ob die Oberflächen auch wirklich sauber sind. Und modern ist sie auf jeden Fall. Diese Küche verkauft sich sehr gut. Der Preis ist unschlagbar, den finden Sie in keinem anderen Geschäft!
ER Siehst du?!
SIE *an ihn gewandt* Ich will keine Hochglanzküche und fertig!
Genervt, aber höflich an Verkäufer Trotzdem vielen Dank für Ihre Hilfe, ich denke, wir gucken uns erst einmal weiter alleine um.

Verkäufer nickt freundlich und versucht schnell wegzugehen, um nicht in ein Streitgespräch hineingezogen zu werden.

VIERTER AUFTRITT

Sichtlich genervt lassen die beiden die Küchen – vorerst – hinter sich zurück und wenden sich den elektronischen Geräten zu. Sie schauen sich eine Weile um, sind sich aber schnell einig, welche Anforderungen die Geräte erfüllen müssen. Schließlich entscheiden sie sich für ein Herd-Modell – mit zwei Varianten.

SIE Ja, der Herd ist toll. Aber ich möchte ihn gerne mit den reindrückbaren Knöpfen.

ER Aber der kostet viel mehr! Und die können sonst genau das gleiche. Warum sollten wir 100€ mehr für so dämliche Knöpfe ausgeben?

SIE Die sind viel praktischer.

ER Was soll daran bitte praktischer sein?

SIE Die stauben nicht zu, du musst die nicht ständig putzen, es kann keine Soße drauf spritzen, wenn du mal wieder kochst.

ER Ach, wenn ich koche, wird alles dreckig oder wie?

SIE Ist ja nicht böse gemeint, aber naja, wenn du gekocht hast, brauchen wir einen ganzen Trupp von Putzfrauen, um das wieder sauber zu bekommen!

ER *funkelt Sie böse an* Ne, ich will den Herd nicht. Das ist mir die 100€ nicht wert.

SIE Okay, ich putze das dann aber bestimmt nicht!

ER Wie viel Arbeit kann das schon bitte sein? Ich habe die Knöpfe in meiner Küche noch nie geputzt!

SIE Und darum sieht er auch aus, wie er aussieht!

ER Mein Herd ist total sauber!

SIE JA! Weil ich ihn letzte Woche noch geputzt habe!

FÜNFTER AUFTRITT

Sie ist wütend weitergegangen und bleibt vor einem Ausstellungs-Esszimmer stehen.

SIE *versucht, ruhig zu bleiben* Das Esszimmer ist schön.

ER *murmelt mürrisch* Ja.

SIE *dreht sich um, sieht etwas und ruft begeistert* Oh, das Bild ist ja toll. Das würde sich über einer grauen Couch toll machen. Die Farben passen perfekt zu meinen Möbeln.

ER *missmutig* Ich will deine dämlichen Möbel nicht im Wohnzimmer. Und warum sollten wir ein neues, so teures Standard-Bild kaufen, das in jeder Wohnung hängt? Wir haben doch meins!

SIE *ungehalten* Vergiss es, so einen Mist hänge ich mir bestimmt nicht ins Wohnzimmer. Ich will auch noch Besuch empfangen können, ohne mich zu schämen!

ER *perplex* Ich dachte, du magst das Bild! Als du das erste Mal bei mir warst, meintest du doch, du findest es schön!

SIE *verdreht die Augen* Ich wollte nur höflich sein. Wie zur Hölle kann man so ein Bild denn bitte schön finden?! Sei froh, dass das überhaupt mit in unsere neue Wohnung umziehen darf!

ER *aufgebracht* Ach, ich soll froh sein? Aber deine hässliche Stehlampe soll im Wohnzimmer stehen?

SIE *entrüstet* Die ist von meiner Oma!

ER *zornig* Ja und? Wen interessiert‘s? Hässlich ist sie trotzdem!

SIE *bissig* Weißt du was? Vielleicht war das Ganze ein Fehler!
ER *hitzig* Ja, denke ich auch.
SIE *aufgebracht* Wenn wir uns nicht mal auf ein paar Möbel einigen können, wie sollen wir dann überhaupt irgendwelche Entscheidungen zusammen treffen?
ER *wütend* Ja, vielleicht sollten wir das Ganze lassen und einfach jeder nach Hause fahren.
SIE *beleidigt* Gut!
ER *verärgert* Gut! Dann können wir den ganzen Mist hier ja lassen.

SECHSTER AUFTRITT

Die beiden haben den Laden verlassen und streiten sich auf dem Parkplatz weiter, als sein Telefon klingelt.

SIE Wehe du gehst da jetzt dran!
ER *guckt sie ungehalten an und dreht sich um*
SIE *empört* Wir unterhalten uns gerade! Das ist doch bestimmt eh nur wieder deine Mutter!
ER *geht ein paar Schritte weg und ans Telefon*

SIEBTER AUFTRITT

Sie geht wütend zum Auto und sucht die Autoschlüssel in ihrer Handtasche. Er legt auf und läuft ihr hinterher.

ER *leicht außer Atem* Schatz..! *will sie am Arm fassen*
SIE *dreht sich weg* Nein, lass mich. Ich will einfach nur noch nach Hause.
ER Warte, hör mir nur kurz…
SIE Nein, lass mich einfach in Ruhe!
ER *lächelt* Das war gerade Herr S., ich habe den Job!
SIE *dreht sich zu ihm um, umarmt ihn und ruft* Wirklich? Oh mein Gott! Ich wusste es doch. Oh, ich freue mich so für dich! Komm! Wir fahren noch schnell einkaufen. Liegt die Decke noch im Auto? Wir kaufen eine Flasche Sekt und machen es uns in der neuen Wohnung gemütlich und stoßen auf deinen neuen Job an! Und Kerzen brauchen wir!
ER Ich liebe dich!
SIE Ich dich auch!
ER Das mit der Wohnung wird schon. Lass uns einfach nochmal alles in Ruhe besprechen.
SIE Ja, und dein Bild kann auch im Wohnzimmer hängen. Aber das grüne Sofa mag ich wirklich nicht.
ER Ja, das Grüne passt auch nicht zu deinen Möbeln.
SIE Ich dachte, du willst die nicht haben?
ER Ach, dir sind sie wichtig, also behalten wir sie. Die Möbel sind mir doch egal. Das Wichtigste ist doch, dass wir zusammen sind. Ich liebe dich und freue mich unglaublich darauf, endlich mit dir zusammen zu wohnen!

Sie gehen ab und der Vorhang fällt zu.

my home IS MY CASTLE

von Beke Kröger

In der Kunstgeschichte hat das Herrscherbild einen wichtigen Stellenwert. Die Bilder von Herrschern haben ikonografischen Status und dienten unter anderem als Vertreter des Herrschers im Haus. Doch wo liegen unsere „Herrschaftsräume“ heute? Wie sehr setzen wir uns in unserem eigenen Wohnraum in Szene?

Madame de Pompadeur

Abb. 1

Abb. 2

Henry VIII, nach Hans Holbein dem Jüngeren

Napoleon dans son cabinet de travail, seconde version

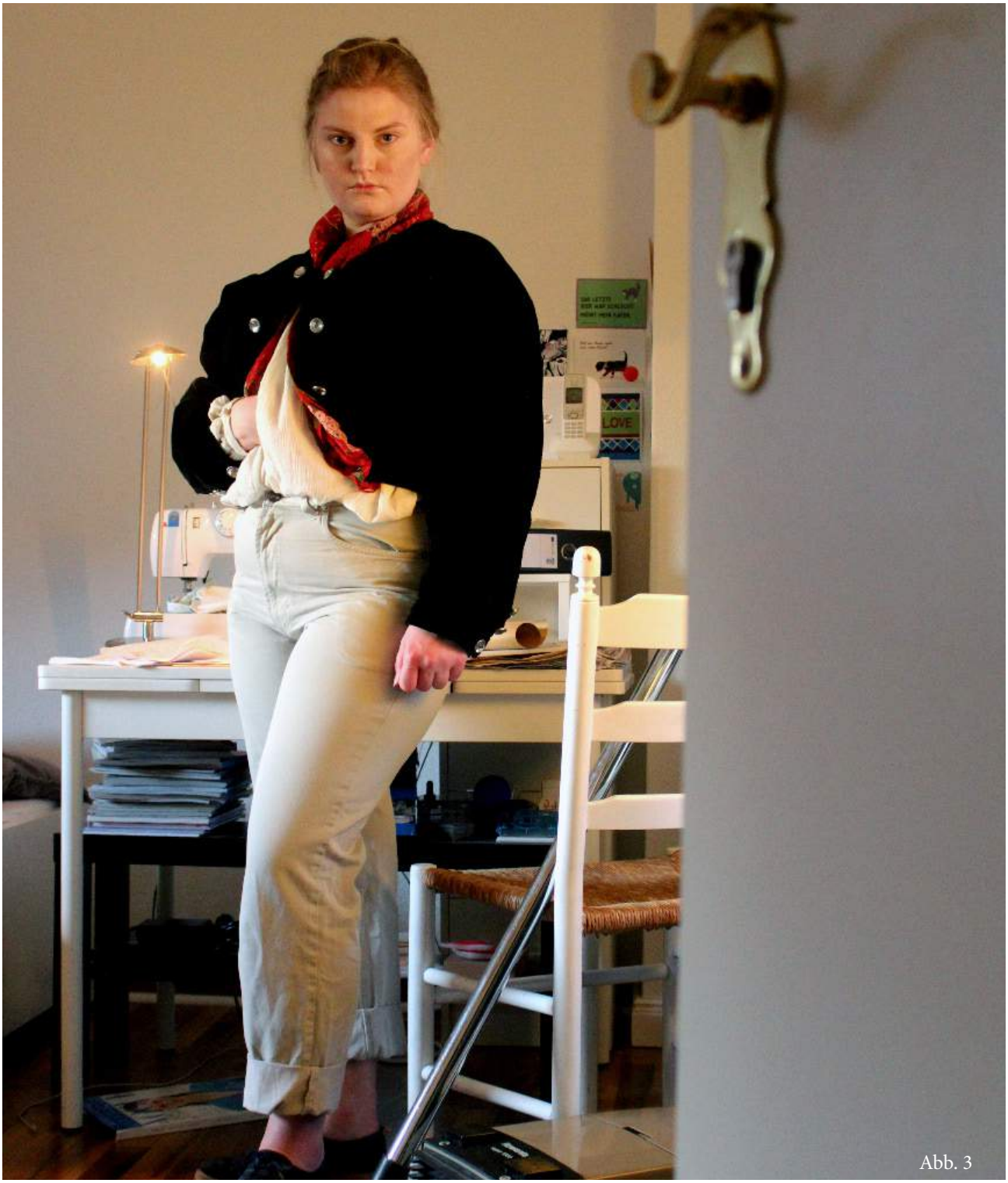


Abb. 3

Abb. 4

Evangeliar Ottos III.

Marie-Antoinette dit a la rose

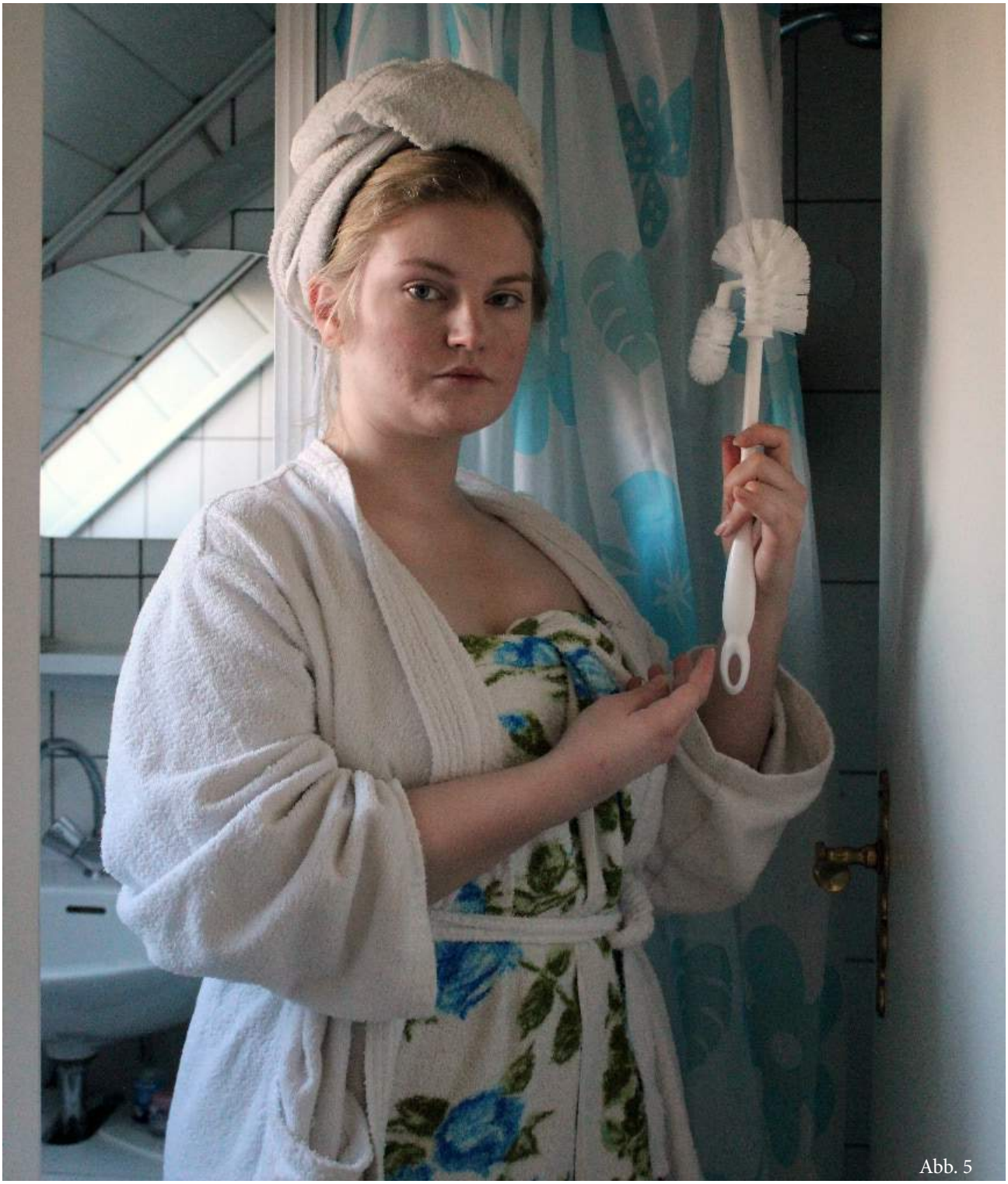


Abb. 1-3: Kröger, Beke: My home is my castle. Foto: Lena Heller. 2018.
Abb. 4-5: Kröger, Beke: My home is my castle. Foto: Cathrin Spönemann. 2018.

WOHN COUTURE

von Gizem Özyurt

Abb. links.: Beinläufer: Tischläufer als Hose, Fotografie: Melisa Özyurt. Sankt Augustin 2018.

Abb. rechts: Kopfkopfkissen: Kissen als Haaraccessoires. Fotografie: Melisa Özyurt. Sankt Augustin 2018.

Domestizierte FLANEUSE

von Maike Hübner

Der Flaneur ist eine in Paris situierte Figur des mittleren 19. Jahrhunderts[1], die vor allem durch Autoren wie Charles Baudelaire und Walter Benjamin geprägt wurde. Benjamin beschreibt seine Eigenschaft des Müßiggangs mit den Worten, er gehe „auf dem Asphalt botanisieren“[2]. Die Heimat des Flaneurs sind kleine Einkaufspassagen. Das dortige Flanieren meint ein passives, jedoch wachsames Beobachten seiner Umwelt und der sich darin bewegenden Passanten und Passantinnen, womit der Flaneur zu einem anonym in der Menge verschwindenden Großstadttypus wird.[3] Ein Flaneur wird als Aristokrat definiert, der neben seinen finanziellen Mitteln auch den nötigen „Zeitwohlstand“[4] besitzt, um sein Umfeld erkunden zu können.[5]

Abb. 1

„Hier flaniert Berlin“ wirbt das Bikinihaus Berlin[6] (Abb. 2), das sich als „weltweit erste Concept Shopping Mall“[7] versteht, sowohl online als auch in Print. Einkaufsstraßen, wie der nur 500 Meter entfernte Kurfürstendamm, werden als *Flaniermeilen* bezeichnet, das dortige KaDeWe gilt als Luxustempel des Flanierens.

Die Flanerie als Praxis wird in der Postmoderne mit einer Konsumtätigkeit gleichgesetzt, deren Ursprünge in Großstädten wie Berlin, Paris und London in der Epoche der Moderne liegen. Heute findet das Konsumieren nicht mehr nur auf öffentlichen Straßen und in Einkaufshäusern statt. Im digitalen Zeitalter des World Wide Web ist es zu einer privaten Tätigkeit geworden (Abb. 3). Der postmoderne Flaneur und sein weibliches Pendant – die Flaneuse[8] – sind nicht mehr nur in der Öffentlichkeit der Großstädte zu finden. *Cyberflanieren* findet in geschützten Umgebungen, oftmals den eigenen vier Wänden, statt: Vor sich das Display, in der rechten Hand die Maus und in der linken eine Tasse Tee, eingehüllt in Jogginghose und Bademantel. So kann Online-Shopping aussehen, bei dem der Käufer flanierend von Seite zu Seite, Fenster zu Fenster springt, Gutscheincodes recherchiert und sich visuell in den Tiefen der aktuellen Sales verliert. Oft ist die Frau diejenige, die in dieser Manier vor allem Kleidungsbestellungen online tätigt und damit zur Cyberflaneuse wird.

Ein visuelles Flanieren der Frau im physischen Raum lässt sich mit Blick auf das Ursprungszeitalter der – als ausschließlich männlich postulierten – Flanerie feststellen: „*As the department store supplanted the arcade, the mobilized gaze entered the service of consumption, and space opened for a female flaneur - a flaneuse - whose gendered gaze became a key element of consumer address.*“[9] Feministische

Abb. 3

Abb. 2

Studien, wie die der Professorin für Filmstudien Anne Friedberg, befassen sich mit der Existenz des weiblichen Flanierens. Friedberg stellt die These auf, dass im Gegensatz zum Flaneur, dessen Ende das Aufkommen von großen Warenhäusern ist, dies zur gleichen Zeit die Geburtsstunde der Flaneuse darstellt.[10] Die ersten großen Warenhäuser in New York und Paris öffnen Mitte des 19. Jahrhunderts.[11]

Beim Vergleich des weiblichen Flanierens des 19. Jahrhunderts mit dem des 21. Jahrhunderts lässt sich feststellen, dass es sich in beiden Epochen um eine Variante des Flanierens handelt, die sich genauer als *domestiziertes Flanieren* bezeichnen lässt. Basiert dies in der Moderne vor allem auf dem bürgerlichen Ideal der domestizierten Hausfrau, ist es in der Postmoderne der frei gewählte, domestizierte Online-Konsum, der die Flaneuse an den geschlossenen Raum bindet. Dieser Raum muss nicht immer das eigene Zuhause sein, es reichen ruhige, abgeschlossene Umgebungen, wie ein Büro oder ein Hotelzimmer. Das besondere Merkmal der Flaneuse, der mobilisierte und abgelenkte Blick, der sich in einen visuellen Konsum ausbildet, kann räumlich sowohl im Warenhaus beziehungsweise in Geschäften als auch in Online-Shops ausgeübt werden. Dieser ist jedoch von der häuslichen Sphäre geprägt, derer sich die Flaneuse während ihres Konsums nicht entledigen kann. Die Parallelen zwischen physischen und virtuellen Räumen ergeben eine jeweilige Verbindung zum privaten Raum, zwischen denen sich die Flaneuse in ihrer Konsumtätigkeit bewegt. Bedeutet dieses Verhältnis eine Beschränkung oder eine Befreiung der konsumierenden Frau?

DIE
KONSUMIERENDE

EHE-UND HAUSFRAU

Von besonderer Bedeutung für die Herausbildung der Figur der Flaneuse in Bezug auf die Domestizierung ist die gesellschaftliche Position der bürgerlichen Frau Ende des 19. Jahrhunderts. Neben den Arbeiten im Inneren des Hauses, wie dem Putzen, Waschen und Handarbeiten (Abb. 4 und 5), ist es in den meisten bürgerlichen Haushalten die nicht erwerbstätige „Hausmutter, die für das körperliche Befinden aller Haushaltsangehörigen“[12] und damit für die Erledigung des „häuslichen Einkauf[s]“[13] und die „Konsumarbeit“[14] verantwortlich ist.
Vor allem für ihre Handarbeitstätigkeiten, wie das Nähen, Besticken und Reparieren von Kleidung, welche in bürgerlichen Haus-

Abb. 4

halten üblicher sind als Kleidung neu von der Stange zu kaufen, ist der Warenhauseinkauf bestimmt: „*It was just as likely that […] the woman on a shopping trip to a department store would be going to buy fabrics and perhaps patterns in order that she might be able to make her own clothes.*“[15]

Da Männer in einem Großteil dieser Haushalte die (außerhäuslich arbeitenden) Alleinverdiener sind, verfügen die Frauen in ihrer Position über keine eigenen finanziellen Mittel und sind bei ihren Einkäufen auf die Finanzierung durch das Einkommen ihres Ehemanns oder Vaters angewiesen.[16] Ausgehend vom Mann wird der Frau damit auch die Verantwortung über die Verwaltung dieses Geldes verliehen, die das Disponieren über „die Art und Menge“[17] des Einkaufs einschließt. Die Frau ist deshalb nun nicht nur einzig Hausmutter, sondern wird zur „wohlinformierte[n] Konsumentin“.[18] Kevin Hetherington merkt jedoch an, dass diese Verantwortung nur eine „*illusion of spending power*“[19] darstellt, da ihre Ausstattung mit Kaufkraft nur auf Basis einer Erlaubnis durch den verdienenden Mann geschieht.

Damit einhergehend ist die Rechtfertigung und Begründung der Einkäufe und Ausgaben vor dem Ehemann vorgesehen, deren Verrechnung mit den Einnahmen in von ihr geführten Haushaltsabrechnungen festgehalten werden soll.[20] Jedoch tritt diese Forderung in ein Spannungsverhältnis mit den vom Warenhaus gebotenen Verlockungen für sie als Flaneuse: „*The flâneuse was constituted paradoxically as a desiring object who was encouraged to act on impulse […] but who at the same time often had to justify her desires (and purchases) in terms of utility and need, either for herself or her household.*“[21]

Abb. 5

„‚Apropos Haus: Wir sollten uns bald einmal mit Ihrem Hauskleid von Fortuny beschäftigen'"[22], sagt der Ehemann zu seiner Frau in Marcel Prousts Roman „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit" aus dem Jahr 1923. Dieser schildert eine weitere Entwicklung in der bürgerlichen Mittel- und Unterschicht zu dieser Zeit: Die stellvertretende Muße („*vicarious leisure*"[23]) und damit der stellvertretende Konsum („*vicarious consumption*"[24]) der Frau für ihren Ehemann. Im Streben nach dem Wohlstand der oberen Klassen soll sie die harte Arbeit und das damit erwirtschaftete Geld des Mannes nach außen repräsentieren, indem sie in edle Kleidung und Haushaltswaren investiert, die zu dessen Reputation beitragen. Wie der männliche Flaneur wird sie mit Zeitwohlstand ausgestattet. Dieser findet unter dem Deckmantel der Hausarbeit statt, um zu verdeutlichen, dass sie ihre Zeit nicht, wie der Mann, mit gewinnbringenden Aktivitäten verbringen muss.[25] Die Frau ist der „*ceremonial consumer of goods which he produces*"[26], jedoch nur in Verbindung mit Haus und Haushalt.

"

A BOURGEOIS VARIANT OF

DOMESTICITED FLANERIE

"

Im Zuge dieser Entwicklungen wird es zum Ziel der Warenhäuser, Wünsche und Begierden der Frauen zu erwecken, als sie die durch das Geld des Ehemanns verliehene „Macht der einkaufenden Hausfrau"[27] erkennen. Die Hausfrau in ihrer neuen Rolle als Flaneuse wird zum Hauptadressaten von Werbung und Marketing[28] des Warenhauses und ihr Blick wird so, im Vergleich zu dem beliebig in der Stadt umherstreifenden des Flaneurs, gezielt angesprochen. Dieses manifestiert sich vor allem in den Schaufenstern, die schon von draußen mit dem von ihr angestrebten Vergnügen des Konsums[29] locken (Abb. 6). Die aufkommenden Wünsche und Begierden, die sich die Frauen aufgrund der finanziellen Beschränkung vom Ehemann nicht erfüllen können, versuchen sie sich mittels ihrer flanierenden, abgelenkten, aber doch auf Details fokussierten Blicke zu erfüllen.[30] Dies zeigt, dass die Flaneuse im Vergleich zu ihrem männlichen Gegenstück die Objekte ihrer Betrachtung durch ihre Blicke in ihren Besitz bringen will.[31] Die Sprachwissenschaft-

Abb. 6

lerin Ekaterina Prozhenko bezeichnet dies als visuellen Konsum[32], der auch bei Friedberg das Hauptcharakteristikum der weiblichen Form des Flanierens darstellt.

Insgesamt verhandelt das Warenhaus zwischen den tatsächlichen Bedürfnissen des Haushalts, die den Anlass des dortigen Einkaufs darstellen, und den Wünschen der Frau, die in Impulskäufe münden sollen.[33] Sie wird somit in ihrer Rolle als begehrende und durch Marketingstrategien adressierte Flaneuse in die „kapitalistische Warenökonomie“[34] eingebunden und treibt diese durch ihre Einkäufe voran.

Grund für die vom Warenhaus ausgelöste Begeisterung der Frau ist, neben der Attraktivität der Waren und Produkte, eine „willkommene Abwechslung vom oft stumpfen

häuslichen Alltagsleben“[35], denn das dort gebotene Einkaufsvergnügen und das Treffen mit anderen Frauen ist für sie eine Möglichkeit, für kurze Zeit dem engen privaten Raum zu entkommen[36] und zur Flaneuse zu werden, weshalb es auch häufig geschieht, dass sie das Warenhaus besucht, ohne die Intention etwas zu kaufen[37]. Der Warenhausbesuch stellt für die Flaneuse ein Erlebnis dar, bei dem sie in Ruhe ihren privaten Fantasien nachgehen kann, ohne dabei um ihre Sicherheit zu fürchten: *„[T]he department store became a save haven for unchaperoned women.“*[38] Üblicherweise begibt sich die Frau in den Städten des 19. Jahrhunderts nicht unbegleitet in die Öffentlichkeit, da diese als unsicher gelten[39], das Einkaufen in einem Warenhaus wird jedoch mit ihrem Aufkommen gesellschaftlich als Aktivität für eine unbegleitete Frau akzeptiert[40] (Abb. 7). Die Frau wird in ihrer neuen Rolle als Konsumentin zu einer Flaneuse im öffentlichen Raum, jedoch nur auf Zeit, denn sie muss wieder in die Position der Hausfrau im privaten Raum zurückkehren. Ihr Flanieren bietet nur eine zeitlich begrenzte Abwechslung vom Alltagsleben. Die bürgerliche Ideologie, die in ihrer Geschlechterordnung eine Domestizierung der Frau vorsieht[41], findet sich demnach in der Figur der Flaneuse wieder, paradoxer Weise auch, weil das Warenhaus neben der neu gewonnen Freiheit als geschlossenes Gebäude eine Verhäuslichung impliziert. Anke Gleber fasst zusammen: *„[The early department store flaneuses‘ […] represent little more than a bourgeois variant of domesticized flanerie.“*[42]

Abb. 7

RAUM-UND ZEITÜBERWINDUNG

IM UMFELD DER FLANEUSE

Da die Stadt medientheoretisch als ein analoger Raum definiert wird, der mit seiner Architektur, Infrastruktur und Transport die medialen Funktionen des Übertragens und Speicherns erfüllt[43], wie Friedrich Kittler es auch in seinem Text „Die Stadt ist ein Medium“[44] vorschlägt, lässt sich das Internet und seine Online-Shops als ihr digitales Gegenstück bestimmen. Beide ermöglichen durch ihre Funktionen sowohl eine Raum- als auch Zeitübertragung.

Zum Raumverhältnis in der Moderne schreibt Andreas Reckwitz: „[D]ie Sphärendifferenzierung zwischen Öffentlichem und Privaten, die mit der Opposition der Geschlechter zusammenfällt, [ist eine] […] grundlegende Verschiebung, welche die bürgerliche Subjektkultur in der zweiten Hälfte der Moderne durchläuft."[45] Der Frau wird zu dieser Zeit eindeutig der private Raum zugeordnet, weshalb das Raumverhältnis der Flaneuse in den Epochen jeweils gegensätzlich verortet ist: Galt im 19. Jahrhundert der Warenhausbesuch der Flaneuse als ein Entkommen aus dem Haushaltsleben und somit als Befreiung aus dem beschränkten privaten Raum, dient der konsumierenden Flaneuse des 21. Jahrhunderts der im privaten Raum gegebene Internetzugang als Befreiung von der Alltagshektik der Stadt und von den beschränkten Möglichkeiten, die im Umfeld der physischen Geschäfte herrschen. Ihr ist vor allem die Ruhe und Entspanntheit, das eigene Tempo des Einkaufs bestimmen zu können, wichtig. Die Frau der Moderne hingegen will noch begierig an dem aufregenden Treiben in den Städten und Warenhäusern Teil haben, weil es ihr in ihrem Alltag im privaten Haushalt verwehrt wird.

Der öffentliche und private Raum stehen daher nicht nur parallel nebeneinander, sondern sind für die Figur der Flaneuse in beiden Epochen konstitutiv und nicht getrennt voneinander zu denken, was an ihrem domestizierten Konsumieren, und somit Flanieren, deutlich wird.

Die Raumüberwindung ist bei der Figur der Flaneuse mit einer Zeitüberwindung verbunden. Vergleicht man das Lebensgefühl der Epochen Moderne und Postmoderne, lässt sich in der Postmoderne eine Rückbesinnung auf das Häusliche sowie eine Entschleunigung des Lebens erkennen. Die Frau als konsumierendes Subjekt verlegt die Flanerie eigenwillig in das Hausinnere, hegt nicht mehr die Faszination für die moderne städtische Außenwelt.

Vor allem in der gesellschaftlichen Mittelschicht ist ein erneuter Rückzug in das biedere Umfeld des Eigenheims zu beobachten, der dem Stressabbau, der Stabilität und der Ruhe von der seit der Moderne vorherrschenden Beschleunigung der Lebensverhältnisse dient. Aus diesen Gründen trifft neben dem Konsumieren im Eigenheim und der Rückkehr der Frau in die Hausfrauenrolle in der Postmoderne auch das Handarbeiten wieder auf Zuspruch.[46] Cornelia Koppetsch konstatiert: „Der Rückgriff auf klassische Rollenbilder kann als Teil einer restaurativen Wende von Mentalität und Lebensführung in einer gesellschaftlichen Phase des beschleunigten Wandels und der Unsicherheit gedeutet werden."[47]

„MOBILIZED GAZE“:

VISUELLER KONSUM

Die Kolumne *Im Bademantel in den Kenzo-Shop* aus dem Jahr 2013 befasst sich mit dem Thema Online-Shopping als weibliche Freizeitaktivität und liefert Anhaltspunkte für die folgende Betrachtung der Flaneuse im 21. Jahrhundert. Die im Titel getroffene Wortwahl impliziert, dass das Online-Shopping auf Modeportalen dem realen räumlichen Verhältnis einer Boutique gleich kommt. „Als Outfit genügt ein Bademantel oder ein Jogginganzug“[48], stellt die Kolumnistin und Redakteurin Sandra Garbers weiter fest, die Online-Shopping als ihr Hobby bezeichnet, bei dem sie von zu Hause aus im Entspannungsoutfit einkaufen kann (Abb. 8).

Im Vergleich des weiblichen Konsumierens beider Epochen zeigt sich, dass sich die Intention des Einkaufes geändert hat: Während es die Frau in den Städten des 19. und zum Teil auch noch 20. Jahrhunderts vor allem

Abb. 8

aus dem Grund der Besorgungserledigung in das Warenhaus zog, hat das heutige Online-Shopping bei vielen Konsumentinnen den Stellenwert einer Freizeitaktivität zum „Zeitvertreib“[49] eingenommen. Daraus lässt sich zwar wie beim männlichen Flaneur ein Zeitwohlstand folgern, der eine gewonnene Freiheit und Selbstbestimmtheit der Frau einschließt, jedoch bleibt sie beim Konsum weiterhin an das Hausinnere gebunden, nur dass der eigentliche Kaufprozess nun virtuell innerhalb eines geschlossenen Raumes, wie dem Haushalt oder dem Arbeitsplatz, geschieht. Die dortige Diskretion ermöglicht die beschriebene Raumüberwindung.

Ein wesentliches Merkmal der Flaneuse ist dagegen auch weiterhin zu erkennen: Der visuelle Konsum, der auf der Basis von begehrenden Blicken geschieht. Dieser wird via Klicks mit der Maus und Tippen auf der Tastatur befriedigt, anstatt wie zuvor sehnsüchtig die Schaufenster und die Auslagen in den Gängen des Warenhauses zu betrachten: „Wenn man also *wahllos* lauter Lieblingsteile in den virtuellen Warenkorb wirft, und sei es auch nur, um sie kurze Zeit später wieder zu löschen, erfüllt einen kurz so ein erhebendes Gefühl, als gehörten einem die Sachen schon. Das ist die kleine Shopping-Befriedigung.“[50] Ist dieses befriedigende Gefühl dasselbe, nach dem sich auch schon die damalige Flaneuse sehnte? Das Vorgehen, Artikel vor dem Bestellvorgang zu löschen oder auch sie nur zu bestellen, um sie einmal kurz anzuprobieren, aber sie von vornherein nicht behalten zu wollen, entspricht dem visuellen Konsum der Flaneuse ebenso wie der im 19. Jahrhundert im Warenhaus. Es birgt auch die Gefahr des Impulskaufes. Dies verweist auf eine weitere Parallele zwischen physischer und virtueller Konsumwelt. Impulskäufe können in der physischen durch Werbe(schau)fenster ausgelöst werden, die den virtuellen Browserfenstern, die plötzlich während oder nach dem Online-Einkauf aufspringen und zu weiteren Bestellungen anregen können, ähneln. Diese regen den visuellen Konsum der Flaneuse in beiden Räumen und Epochen an und repräsentieren ihn, da sie in das Warenhaus oder den Online Shop einladen und als von der Frau begehrtes Spiegelbild fungieren.

(IN-)EFFIZIENTE

CYBERFLANERIE

Garbers hebt hervor, der Online-Einkauf finde zumeist wahllos statt und weiste damit sowohl auf Impulseinkäufe hin als auch auf einen wichtigen Aspekt, der für den domestizierten Einkauf als Variante des (Cyber-) flanierens spricht: Online-Shopping kann für die berufstätige, gestresste Frau als Zeiteinsparung dienen. So entscheidet sie sich,

anstatt sich in der Stadt auf die Suche nach neuen Kleidungsstücken zu machen, für den Internetkauf. Außerdem wird keine Zeit zur Vorbereitung benötigt, denn es genügt die Ausstattung mit einem „Computer und einer Kreditkarte“[51]. Kommt es beim visuellen Konsum aber zur Ablenkung des im Online-Shop suchenden Blickes, wie etwa durch Werbung, ist ein ungezielter Impulseinkauf die Folge, bei dem Artikel bestellt werden, die noch beim Klick auf das Shoppingportal nicht angedacht waren. Folglich geht Zeit ungeplant verloren, welches einen Unterschied zum Flanieren darstellt, bei dem sich bewusst Zeit für diese Aktivität genommen wurde.
Wie das (Cyber-)flanieren insgesamt, sind beide Vorgehensweisen des Online-Shoppings ineffizient, denn es wird sich auf Verlockungen eingelassen, anstatt beispielsweise Apps oder andere Filter zu nutzen[52], die einem möglichst schnell genau den passenden Artikel in der richtigen Farbe und der richtigen Größe aus den Netzshops aufspüren. Verglichen mit der Flaneuse des 19. Jahrhunderts ist folglich auch heute noch ein abgelenkter Blick, „*mobilized gaze*“[53], zu finden.
Durch die Häuslichkeit des Interneteinkaufs ergibt sich Bequemlichkeit und Komfort, während der physische Einkauf oft mit Hektik, Anstrengung und langen Wartezeiten vor Umkleidekabinen oder Kassen verbunden wird. Zudem bietet er visuelle Anonymität, es muss sich nicht geschämt, oder wie damals, gerechtfertigt werden.

Das Flanieren als räumliche Tätigkeit hat sich in der Postmoderne an einen festen physischen Ort begeben, an dem jedoch räumliche Tätigkeiten aufgrund der virtuellen Raumübertragung möglich sind. Bedeutete der Frau in der Moderne des 19. und 20. Jahrhunderts das Flaneuse-Sein Freiheit, findet das Cyberflanieren in der Postmoderne erst unter häuslichen Bedingungen statt. Unter dem Aspekt der Domestizierung stellt das Flanieren einen Zwiespalt der Flaneuse zwischen Beschränkung und Befreiung und eine Wechselbeziehung von öffentlichem und privatem Raum dar, die bei dem Konzept der weiblichen Flaneuse nicht getrennt voneinander gedacht werden können.
Ähnlich dem Flaneur bildet die Flaneuse, eine sowohl räumlich- als auch epochenreflektierende Figur, die auf gesellschaftliche Verhältnisse und genderspezifische Zuschreibungen aufmerksam macht.

ANMERKUNGEN

1 Rinke, Stefanie: Sex and the City. Die Figur der Flaneuse zwischen Literatur und Film. In: Geiger, Annette; Rinke, Stefanie; Schmiedel, Stevie; Wagner, Hedwig (Hg.): Wie der Film den Körper schuf: Ein Reader zu Gender und Medien. Verlag und Datenbank für Wissenschaften. Weimar 2006, S. 23-41.

2 Benjamin, Walter: Charles Baudelaire. Ein Lyriker im Zeitalter des Hochkapitalismus. Surhkamp. Frankfurt am Main 1974, S. 34.

3 Vgl. ebd., S. 39, 46 ff.

4 Benjamin 1974, S. 53.

5 Köhler, Michael: Der Flaneur als Lebensform. In: SWR2, 04.04.2014. (https://www.swr.de/der-flaneur-als-le-

bensform/-/id=116/did=13155806/nid=116/itncq5/index.html, 22.02.2019).

6 Diskutiert wird jedoch, ob es sich beim Flaneur lediglich um eine allegorische Denkfigur Benjamins handelt, dazu dienend, die Weltveränderungen der Moderne aufzuzeigen, die sich aus seinen Wahrnehmungen und Eindrücken während des Flanierens in den Großstädten des 19. Jahrhunderts rekonstruieren lassen. Vgl. Köhler 2014.

7 Schneider, Katrin: Eine Verbeugung vor dem Flaneur (https://www.bikiniberlin.de/de/journal/eine_verbeugung_vor_dem_flaneur/, 20.08.2017).

8 o.A.: Website des Bikini Berlin (https://www.bikiniberlin.de/de/about/, 20.08.2017).

9 Friedberg, Anne: Les Flâneurs du Mal(l): Cinema and the Postmodern Condition. In: PLMA, 1991, Vol. 106, No. 3, S. 419-431.

10 Vgl. Friedberg 1991, S. 421.

11 Ebd.

12 Mittendorfer, Konstanze: Die ganz andere, die häusliche Hälfte. Wi(e)der die Domestizierung der Biedermeierin. In: Mazohl-Wallnig, Brigitte (Hg.): Bürgerliche Frauenkultur im 19. Jahrhundert. Böhlau. Wien, Köln, Weimar 1995, S. 27-80.

13 Lenz, Thomas: Konsum und Modernisierung. Die Debatte um das Warenhaus als Diskurs um die Moderne. transcript. Bielefeld 2011, S. 141.

14 Ebd., S. 139.

15 Hetherington, Kevin: Capitalism's Eye. Cultural Spaces of the Commodity. Routledge. London 2007, S. 123.

16 Vgl. Mittendorfer 1995, S. 60.

17 Ebd., S. 65.

18 Ebd.

19 Hetherington 2007, S. 122 f.

20 Vgl. Mittendorfer 1995, S. 66.

21 Hetherington 2007, S. 123.

22 Proust, Marcel: Auf der Suche nach der verlorenen Zeit. Die Gefangene. In: Vinken, Barbara (Hg.): Die Blumen der Mode. Klassische & neue Texte zur Philosophie der Mode. Klett-Cotta. Stuttgart 2016, S. 223-227.

23 Veblen, Thorstein: Conspicuous Consumption. In: Schor, Juliet B.; Holt, Douglas B. (Hg.): The Consumer Society Reader. New Press. New York 2000, S. 187-204.

24 Ebd., S. 194.

25 Vgl. ebd. S. 194f.

26 Ebd., S. 195.

27 Lenz 2011, S. 141.

28 Vgl. Hetherington 2007, S. 112.

29 Vgl. Prozhenko, Ekaterina: Migrant Flaneuse: Women and the City in the Works of Yoko Tawada and Emine Sevgi Ozdamar. University of Illinois, Dissertation. Chicago, Illinois 2011, S. 34.

30 Vgl. ebd., S. 36.

31 Vgl. Friedberg 1991, S. 422.

32 Vgl. Prozhenko 2011, S. 35.

33 Vgl. Hetherington 2007, S. 123.

34 Rinke 2006, S. 40.

35 Lenz 2011, S. 142.

36 Vgl. ebd., S. 139.

37 Vgl. ebd., S. 142.

38 Friedberg 1991, S. 421.

39 Es herrscht jedoch eine Debatte um die tatsächliche Existenz der Flaneuse. Ausgehend von der Feministin Janet Wolff werden vier Hauptargumente genannt, die ihre Existenz negieren: Frauen sind im 19. Jahrhundert nicht alleine in der Öffentlichkeit vorzufinden, ihr Raum ist der private des Hauses. Die einzigen, die dies taten waren zumeist Prostituierte und keine Flaneusen. Des Weiteren wird das Warenhaus von Wolff nicht als öffentlicher Raum betrachtet, da es als Gebäude von der Straße abgegrenzt ist, Flanieren aber in der Öffentlichkeit stattfindet. Deshalb hat die Frau auch keinen Einfluss auf den Diskurs der Moderne, die sich im öffentlichen Raum abspielt. Nur der männliche Flaneur konnte die Veränderungen der Moderne erkunden und anschließend reflektieren. Außerdem ist das Einkaufen der Frau nicht mit dem Flanieren gleichzusetzen, da es im Gegensatz dazu eine aktive und gezielte Tätigkeit darstellt. So kommt sie zu dem Schluss, dass die Flaneuse „unsichtbar" ist. Vgl. Wolff, Janet: Gender and the haunting of cities (or, the retirement of the flâneur). In: D'Souza, Aruna; McDonough, Tom (Hg.): The invisible flâneuse? Gender, public space, and visual culture in nineteenth-century Paris. Manchester University Press. Manchester, New York 2008, S. 18-31.

40 Vgl. ebd.

41 Frank, Susanne: Stadtplanung im Geschlechterkampf. Stadt und Geschlecht in der Großstadtentwicklung des 19. und 20. Jahrhunderts. Leske + Budrich. Opladen 2003, S. 123.

42 Gleber, Anke: The art of taking a walk. Flanerie, literature, and film in Weimar culture. Princeton University Press. Princeton, New Jersey 1999, S. 174.

43 Vgl. Winkler, Hartmut: Basiswissen Medien. Fischer. Frankfurt am Main 2008, S. 111, 165ff.

44 Kittler, Friedrich: Die Stadt ist ein Medium. In: Kittler, Friedrich; Gumbrecht, Hans Ulrich (Hg.): Die Wahrheit der technischen Welt. Essays zur Genealogie der Gegenwart. Suhrkamp. Berlin 2013, S. 181-197.

45 Reckwitz, Andreas: Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Verlbrück Wissenschaft. Weilerswist 2006, S. 254.

46 Friedrichs, Julia: Die Welt ist mir zu viel. In: Zeitmagazin, 02.05.2016, Nr. 1/2015 (http://www.zeit.de/zeitmagazin/2015/01/entschleunigung-biedermeier-handarbeit-stressabbau, 20.08.2017).

47 Koppetsch, Cornelia: Die Wiederkehr der Konformität. Streifzüge durch die gefährdete Mitte. Campus. Frankfurt am Main 2013, S. 124.

48 Garbers, Sandra: Im Bademantel in den Kenzo-Shop. Petra, 2013, Nr. 9/2013, S. 16.

49 Ebd.

50 Ebd.

51 Ebd.

51 Vgl. Morozov, Evgeny: Der Tod des Cyberflaneurs. In: Spiegel Online, Netzkultur, 09.02.2012. (http://www.spiegel.de/netzwelt/web/netzkultur-der-tod-des-cyberflaneurs-a-814236.html, 22.02.2019).

52 Friedberg 1991, S. 420.

53 Karig, Friedemann; Scharigg, Max: Flaneur im Netz. In: Süddeutsche Zeitung Nr. 251, S. 60.

LITERATURVERZEICHNIS

Benjamin, Walter (1974): Charles Baudelaire. Ein Lyriker im Zeitalter des Hochkapitalis-mus. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.

Frank, Susanne (2003): Stadtplanung im Geschlechterkampf. Stadt und Geschlecht in der Großstadtentwicklung des 19. und 20. Jahrhunderts. Opladen: Leske + Budrich.

Friedberg, Anne (1991): Les Flâneurs du Mal(l): Cinema and the Postmodern Condition. In: PLMA, Vol. 106, Nr. 3, S. 419-431.

Friedrichs, Julia: Die Welt ist mir zu viel. In: Zeitmagazin Nr. 1/2015 (02.05.16) (http://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/01/entschleunigung-biedermeier-handarbeit-stressabbau, 20.08.17)

Garbers, Sandra (2013): Im Bademantel in den Kenzo-Shop. Petra, Nr. 9/2013, S. 16.

Gleber, Anke (1999): The art of taking a walk. Flanerie, literature, and film in Weimar cul-ture. Princeton/New Jersey [u.a.]: Princeton University Press.

Hetherington, Kevin (2007): Capitalism‘s Eye. Cultural Spaces of the Commodity. London: Routledge.

Karig, Friedemann; Max Scharnigg (2014): Flaneur im Netz. Süddeutsche Zeitung, Nr. 251, S. 60.

Kittler, Friedrich (2013): Die Stadt ist ein Medium, in: Ders.; Hans Ulrich Gumbrecht (Hg.): Die Wahrheit der technischen Welt. Essays zur Genealogie der Gegenwart. Berlin: Suhrkamp, S. 181-197.

Köhler, Michael (2014): Der Flaneur als Lebensform. SWR2, 04.04.2014.

Koppetsch, Cornelia (2013): Die Wiederkehr der Konformität. Streifzüge durch die gefähr-dete Mitte. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.

Lenz, Thomas (2011): Konsum und Modernisierung. Die Debatte um das Warenhaus als Diskurs um die Moderne. Bielefeld: transcript Verlag.

Mittendorfer, Konstanze (1995): Die ganz andere, häusliche Hälfte: Wi(e)der die Domesti-zierung der Biedermeierin, in: Brigitte Mazohl-Wallnig (Hg.): Bürgerliche Frauenkul-tur im 19. Jahrhundert, Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, S. 27-80.

Morozov, Evgeny (2012): Netzkultur: Der Tod des Cyberflaneurs, in: Spiegel Online [onli-ne], http://www.spiegel.de/netzwelt/web/netzkultur-der-tod-des-cyberflaneurs-a-814236.html [26.09.16].

o.A.: Website des Bikini Berlin (https://www.bikiniberlin.de/de/about/, 20.08.17)

Proust, Marcel (1923): Auf der Suche nach der verlorenen Zeit, Bd. 5: Die Gefangene, in: Barbara Vinken (Hg.): Die Blumen der Mode. Klassische & neue Texte zur Philoso-phie der Mode. Stuttgart 2016: Klett-Cota, S. 223-227 (Auszug).

Prozhenko, Ekaterina (2011): Migrant Flaneuse: Women and the City in the Works of Yoko Tawada and Emine Sevgi Ozdamar. Chicago/Illnois: UMI Dissertation Publishing.

Reckwitz, Andreas (2006): Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Weilerswist: Velbrück Wisschenschaft.

Rinke, Stefanie (2006): Sex and the City. Die Figur der Flaneuse zwischen Literatur und Film, in: Annette Geiger; Stefanie Rinke; Stevie Schmiedel; Hedwig Wagner (Hg.): Wie der Film den Körper schuf. Ein Reader zu Gender und Medien. Weimar: VDG, S. 23-41.

Schneider, Katrin: Eine Verbeugung vor dem Flaneur (https://www.bikiniberlin.de/de/journal/eine_verbeugung_vor_dem_flaneur/, 20.08.17)

Veblen, Thorstein (1899): Conspicuous Consumption, in: Juliet B. Schor; Douglas B. Holt (Hg.): The Consumer Society Reader. New York 2000, S. 187-204.

Winkler, Hartmut (2008): Basiswissen Medien. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuchverlag.

Wolff, Janet (2008): Gender and the haunting of cities (or, the retirement of the flâneur), in: Aruna D'Souza; Tom McDonough (Hg.): The invisible flâneuse? Gender, public space, and visual culture in nineteenth-century Paris. Manchester/New York 2008, S. 18-31.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: pixabay.com
Abb. 2: Copyright „Bikini Berlin"
Abb. 3: Abb. 3: Application for online shoppers. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Application_for_online_shoppers.png
Abb. 4: Unbekannt, circa 1890. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Klammerbeutel.jpg
Abb. 5: Carl Julius Milde - Die Familien Duncker und Kerner bei der Abendunterhaltung, 1832. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:MildeDunckerKerner.jpg
Abb. 6: Tony Fischer/Piqs - Macys Worlds Largest Store, New York City. http://piqs.de/fotos/search/macy%27s/153815.html
Abb. 7: Wikilmages/Pixabay. https://pixabay.com/de/kaufhaus-einkaufszentrum-arkaden-60618/
Abb. 8: Jiří Wagner/Unsplash. https://unsplash.com/photos/sgqIaoRqYpo
Abb. 9: pixabay.com

ES RAPPELT IM KARTON

DIE VERPACKUNG ALS BINDEGLIED ZWISCHEN HEIM UND VIRTUALITÄT BEIM ONLINE-SHOPPING

VON ANNA SCHEIDTWEILER

„Schrei vor Glück - oder schick´s zurück“: Das Phänomen des Online-Shoppings enthält immer einen Moment der Überraschung. Denn bestellen wir im Internet einen Artikel, so ist dieser für uns zunächst einmal ausschließlich in der virtuellen Welt vorhanden. Die Verpackung ist das Erste, das der Kunde nach Erhalt der Ware als fassbar gewordenen Gegenstand in den Händen hält. Vor dem Öffnen lassen sich keinerlei Aussagen über den Zustand der Ware treffen, z.B. ob das Produkt den Erwartungen entspricht, kaputt ist – oder ob überhaupt der richtige Artikel geliefert wurde. Erst durch das Öffnen der Verpackung wird der bestellte Artikel für den Verbraucher real, d.h. gegenständlich und greifbar. Dies gilt insbesondere für Kleidung und Textilien, für die Passform und Haptik ausschlaggebend sind.

Das Prinzip ist mit dem Gedankenexperiment *Schrödingers Katze* des Wissenschaftstheoretikers Erwin Schrödinger aus dem Jahr 1935 vergleichbar. Es beschreibt, dass der Inhalt einer Kiste nur durch Öffnen dieser bekannt und damit eindeutig wird (s. Infobox). Für den Käufer ist das online bestellte Produkt vor dem Öffnen der Box gleichzeitig virtuell und real. Erst danach wechselt der Artikel vom medialen in den reellen Raum.

INFOBOX

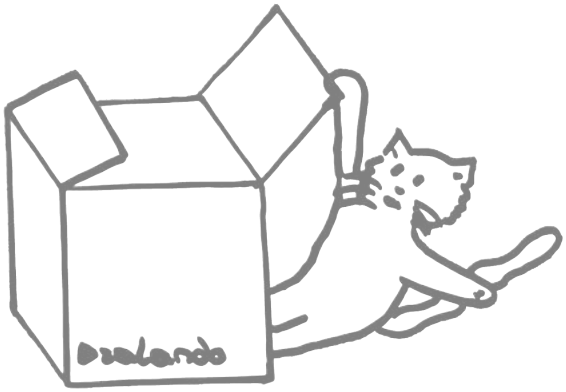
Schrödingers Gedankenexperiment soll das Paradoxon des Quanteneffekts beschreiben. Man stelle sich vor: In einem von der Außenwelt völlig isoliertem Kasten befindet sich eine Katze. Zudem sind ein Geiger-Zähler und ein schwach radioaktives Präparat darin enthalten. Über der Katze hängt eine Glasphiole mit Giftgas. Diese Glasphiole ist an einen Mechanismus gekoppelt, der bei Auslösung durch einen elektrischen Impuls die Phiole mit einem Hammer zerschlagen lässt. Sollte nun ein Atomkern im Präparat zerfallen, wird der Geiger-Zähler den Anstieg der Radioaktivität erfassen. Durch die Messung dieser wird der elektrische Impuls ausgesendet, der den Mechanismus aktiviert. Die Phiole wird zerschlagen und die Katze stirbt. Da von außen nicht festgestellt werden kann, ob und wann der Atomkern zerfällt, ist er gleichzeitig zerfallen und nicht zerfallen. Ebenso ist die Katze gleichzeitig tot und lebendig. Katze und Atomkern stehen in einem verschränkten Quantenzustand. Erst wenn die Kiste geöffnet wird, bricht die Verschränkung zusammen und die Katze ist entweder tot oder lebendig.[1]

Die Verpackung ist in ihrer Konstruktion auf die Form des Artikels ausgelegt und bildet auf diese Weise „ein eigenes Gehäuse“[2]. Zudem sind Verpackungen ein zentrales Marketingelement[3], weshalb es sich lohnt, diese genauer zu betrachten. Inwiefern lässt sich also eine Versandverpackung als Schwellenraum für die Existenz eines Produktes zwischen dem virtuellen und dem realen Raum bezeichnen? Um dieser Frage nachzugehen, möchte ich auf die einzelnen Stufen der Verpackung eingehen, welche diese auf dem Weg zum Empfänger zurücklegt. Dazu nutze ich die Versuchsschritte von Schrödingers Gedankenspiel – die Produktion, das Füllen der Packung, den Versand und schließlich das Öffnen.

DIE PRODUKTION – DER VERSUCHSAUFBAU

Bei der Produktion oder der Herstellung der Verpackung geht es zunächst darum, die Grundgegebenheiten zu schaffen. Bleiben wir bei dem Beispiel von Schrödingers Katze, so wäre dies der Aufbau des Versuchs, also das Bereitstellen der Kiste. Die Gestaltung des Kartons ist auf das Image der Marke oder des Produktherstellers abgestimmt.[4] Die Innenverpackung unterscheidet sich insofern von der äußeren, als dass kein besonderer Wert auf die Gestaltung gelegt wird.[5] Hier steht die Schutzfunktion während der Lagerung und des Versandes im Mittelpunkt.[6]

Nach der Industrialisierung kommt der Verpackung eine „kommunikative Funktion“[7] zu. Wichmann behauptet, dass die Verpackung nicht nur durch ihre Gestaltung mit dem Kunden kommuniziert, sondern dass die „Verpackungsfläche […] nun die Ware“[8] vertritt, also stellvertretend für den Artikel ist. Stimmt Wichmanns Aussage, so würde dies hinsichtlich der Frage nach der Virtualität oder Realität der Ware bedeuten, dass diese bereits mit Erhalt des Paketes real werden würde. Das Paket vertritt das Produkt – und die Verpackung ist bereits greifbar, also real. Wenn der Karton den Artikel vertreten soll, muss der auf ihm abgebildete Artikel mit dem tatsächlichen übereinstimmen und als Garantie für den Inhalt dienen.[9] Für Online-Käufe würde dies bedeuten, dass Verpackung, Internetbeschreibung, -abbildung und Artikel selbst übereinstimmen. Doch inwieweit kann eine Verpackung den Inhalt überhaupt garantieren? Möglicherweise wäre es sinnvoll, zwischen einer Produkt- und einer Versandverpackung zu unterscheiden, welche sich durch den Zeitpunkt der Befüllung voneinander differenzieren.



DIE BEFÜLLUNG – DIE VERSUCHSDURCHFÜHRUNG

In diesem Schritt wird die Verpackung mit dem zu verschickenden Gegenstand befüllt. Bei Schrödinger wird die Katze zusammen mit einer Giftphiole in die Kiste gelegt. Neben der Gestaltung des Paketes lässt sich anhand des Zeitpunktes der Befüllung sagen, ob es sich um eine Produkt- oder Versandverpackung handelt. Unmittelbar nach der Herstellung des Artikels kommt dieser in die Produktverpackung; die Versandverpackung wird dagegen nicht auf das Produkt selbst abgestimmt. Stattdessen soll sie als Schutz auf dem Versandweg dienen. Diese Verpackungsart gibt meist Auskunft über die Firma oder Marke und wird in Werbespots von Firmen wie modomoto.de oder outfittery.de selbst zum Thema. Diese Unternehmen werben damit, dass sich Männer keine Sorgen mehr um ihre Kleidung machen müssen, sondern individuell ein Paket mit kombinierbaren Kleidungsstücken zugeschickt bekommen. Hier wird das Shopping-Erlebnis vollständig durch den Überraschungsmoment des Auspackens abgelöst, da die Kunden die Ware nicht selbst aussuchen.

Abgesehen von den Werbespots, in denen dieser Schritt des Versandes gezeigt wird, bleibt die Befüllung für die Kunden unsichtbar. Der Artikel selbst ist demnach für den Kunden weiterhin rein virtuell vorhanden. Bei Schrödingers Katze hingegen sind die Dinge, mit denen er die Kiste füllt, bereits real, da diese für ihn fassbar sind. Erst mit dem Verschließen der Kiste verliert er die Kenntnis über den Zustand der Katze. Physiker und Kunde unterscheiden sich darin, dass der Wissenschaftstheoretiker Sender und Empfänger zugleich ist: Er baut den Versuch auf und öffnet die Kiste selbst. Bei Online-Bestellungen sind Sender und Empfänger nicht die gleiche Person und räumlich voneinander getrennt.

DER VERSAND – DIE REAKTIONSZEIT

Beim Versand lässt sich die Rolle von Schrödinger wieder vollständig auf die des Kunden übertragen. Der Versand gleicht der Phase der Reaktionszeit im Experiment – sowohl Physiker als auch Kunde müssen sich während der Wartezeit gedulden. In dieser Phase ist das Produkt sowohl dem realen als auch dem virtuellen Raum zuzuschreiben, ähnlich wie die Katze laut Schrödinger vor dem Nachsehen tot und lebendig ist. Heutzutage ist es dem Konsumenten häufig möglich, seine Bestellung im Internet zu verfolgen. Der Kunde ist dadurch erstmals dazu fähig, das Paket dem realen Raum zuzuordnen, da er es durch die Ortung mit diesem in Verbindung bringt. Der Artikel im Paket bleibt jedoch weiterhin virtuell.

Karl Marx schreibt, dass die produzierten Artikel als „selbstständige Gestalten“[10] erscheinen und auf diese Weise den Arbeitsprozess, welcher für die Herstellung notwendig gewesen ist, verbergen.[11] Dies wird in vielen Werbespots, beispielsweise bei zalando.de, amorelie.de oder eis.de, aufgegriffen, da nicht der Transport, sondern nur die direkte Lieferung gezeigt wird. Die Begegnung mit dem Postboten verleugnet jegliche Arbeitsschritte, welche bis zur Ankunft beim Verbraucher notwendig sind – angefangen bei der Herstellung und den Arbeitsbedingungen, den Folgen für die Umwelt bis hin zum Versandweg. Es wirkt, als könnten die Produkte innerhalb kürzester Zeit lange Strecken überwinden. Die Produkte scheinen, als seien sie aus dem Nichts erschienen.

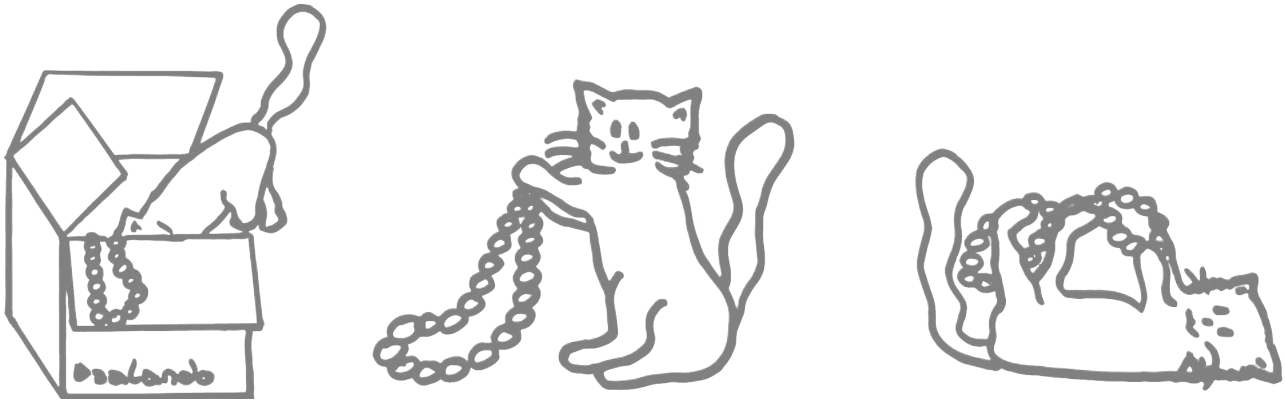
Die oben genannten Beispiele zeigen weniger das Produkt selbst als die Verpackung. Die Werbefilme visualisieren, wie der bestellte Artikel in einem Paket vom Postboten an den Kunden gelangt und mit großer Vorfreude und Aufregung entgegengenommen wird. Folglich muss für einige Werbende ein besonderer Reiz darin bestehen, ausschließlich die Verpackung zu zeigen, statt den Artikel selbst in den Vordergrund zu rücken. Eine mögliche Begründung liegt darin, dass der Artikel durch die Verpackung repräsentiert wird. Da die Versandverpackung in den meisten Fällen nicht auf den Artikel selbst, sondern auf das Unternehmen oder die Marke verweist, bieten sich dem Kunden vielerlei Spekulationsmöglichkeiten über die Inhalte des Pakets. Die Erzeugung von Neugier beim potentiellen Kunden soll zum Online-Shop-Besuch führen.

DAS ÖFFNEN – DIE VERSUCHSAUSWERTUNG

Erst beim Öffnen – dem wichtigsten Teil des Experimentes – können Aussagen über den Zustand des Verpackungsinhaltes getroffen werden: Lebt die Katze nun, oder ist sie durch das Gift getötet worden? Und wie steht es mit unserer Online-Bestellung? Hier wird der Paketinhalt im Moment des Öffnens, d.h. der Entfernung der Verpackungshüllen, immer real. Das Öffnen markiert in diesem Fall einen Übergang, das Paket selbst ist ein Schwellenraum. Die Spannung steigt beim Enthüllungsvorgang wie beim Öffnen eines Vorhangs. Der Artikel wird dem virtuellen Raum entrissen, wird real, fassbar und ist ungeschützt der Umwelt ausgesetzt. Die Verpackungen haben nun ihre Funktion erfüllt: „Spätestens […] mit dem In-Gebrauch-Nehmen der Ware, verlieren sie ihre Bedeutung und werden zu ‚Abfall'"[12].

Doch welche Funktion kommt dem Öffnen in Bezug auf den Konsumenten zu? Um diese Frage zu beantworten, ist es hilfreich, sich die Motivationen für eine Online-Bestellung vor Augen zu führen. Dazu möchte ich mich auf eine Studie zum Thema Online-Shopping aus dem Jahr 2000 beziehen. Der Gebrauch ist seit diesem Jahr zwar deutlich gestiegen, die von den Kunden geschätzten Vor- und Nachteile sind jedoch weiterhin vergleichbar. Relevant für das hier behandelte Thema sind insbesondere zwei Aspekte: 31 % der Online-Kunden geben an, aus Neugier im Internet zu bestellen. Dies steht den Nicht-online-Kunden gegenüber, welche mit etwa 36% angeben, aufgrund des fehlenden Kauferlebnisses lieber in Geschäften zu kaufen.[13] Mit einer Gestaltung der Website, welche besonders in der Modebranche von Bedeutung ist, soll ein Ausgleich zum „realen Kauferlebnis"[14] geschaffen werden.

Werbekampagnen, in welchen ausschließlich das Paket gezeigt wird, spielen auf die Neugier als Kaufmotivation an. Das Auspacken des Paketes kann mit dem Auspacken eines



Geschenkes assoziiert werden. Da der Artikel in den meisten Fällen bereits im Internet bezahlt wurde und dies selten bei Empfang an der Tür passiert, scheint es so, als würde der Kunde beschenkt werden. Durch die Wartezeit während der Zustellung wird die Vorfreude zusätzlich gesteigert. Doch was passiert, wenn das Öffnen vorweggenommen wird?

UNBOXING

Ein seit einigen Jahren existierendes Videogenre, welches im Netz zu finden ist, greift das Spannungsmoment des Auspackens vorweg. In Videos, insbesondere auf Youtube, gewinnen sogenannte Unboxing-Videos immer mehr Aufmerksamkeit.[15] In diesen packen Konsumenten das im Netz bestellte oder gekaufte Produkt schrittweise aus und kommentieren den Prozess.[16] Dadurch wird der massenhaft produzierten, gleichförmigen Verpackung die „individuelle Aneignung“[17] entgegengesetzt. Die Artikel erhalten durch die subjektive, von Käufern selbst erstellte Bewertung einen persönlichen Bezug.[18] Laut Flagmeier kann eine solche „Auratisierung der Ware“[19] auch „durch den höheren Abstraktionsgrad“[20] in der Verpackungsgestaltung herbeigeführt werden. Demnach sorgt auch die Versandverpackung für eine solche Auratisierung, die durch die Vorstellung des Kunden stattfindet. Indem das Produkt auf der Verpackung abgebildet wird, werde diesem „Objekt der Begierde jedes Geheimnis“[21] genommen. Zeigen Werbespots nur die abstrakte Verpackung, verheimlichen sie demnach den Inhalt und sorgen so für einen den Kauf anregenden Spannungsaufbau. Für einige Kunden ist dies ein Risiko und stellt ein Argument gegen einen Online-Kauf dar. 33,3% der in der Studie Befragten geben an, aus mangelndem Vertrauen in die Produktqualität keine Artikel online zu kaufen.[22]

Für etwa 45% der Studienteilnehmer sei eine unzureichende Produktinformation ein Argument gegen das Online-Shopping.[23]

Dem Gefühl, sprichwörtlich die Katze im Sack zu kaufen, wird mithilfe der Unboxing Videos entgegengewirkt. Im Beispiel Schrödingers Katze wäre dies mit einer Videokamera in der Kiste vergleichbar, die Auskunft über die Geschehnisse innerhalb dieser geben kann. Doch sowohl im Fall Schrödingers Katze als auch in den Unboxing-Videos sind die Erfahrungen immer subjektiv, beobachterbezogen und durch mediale Gegebenheiten beeinflusst. Zudem sind diese sogenannten VloggerInnen[24] „ebenso sehr KonsumentInnen wie auch ProduzentInnen der von ihnen präsentierten Ware."[25] Sie nutzen das Video nicht nur zur Warenpräsentation, sondern präsentieren gleichzeitg „Selbstprodukt und Produktselbst".[26] Sie sind demnach nie neutrale Konsumenten und Produkttester, sondern präsentieren „Selbstprodukt und Produktselbst"[27] gleichzeitig.

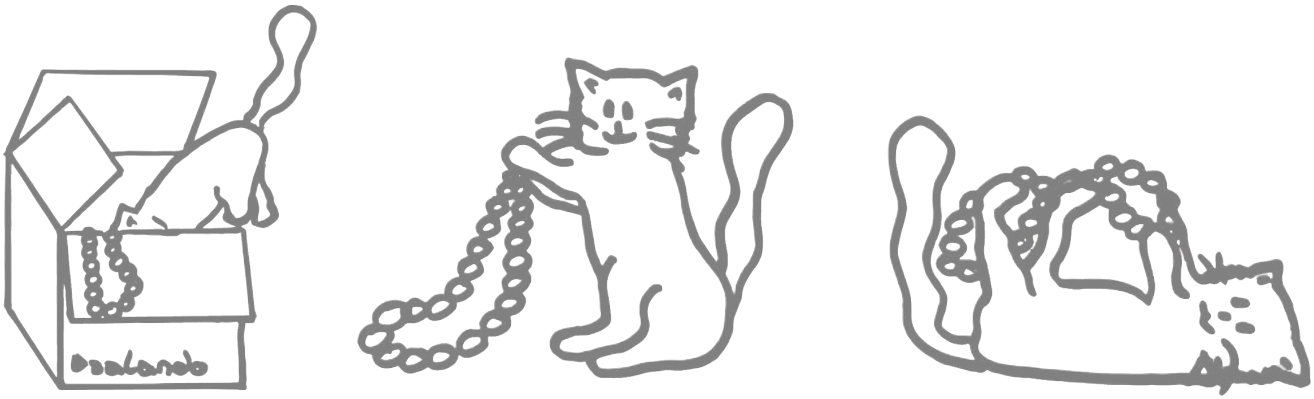
Der Zuschauer des Videos kommt in den „Genuss des fremden Konsumierens"[28], wodurch das Produkt für ihn – trotz des Auspackens im virtuellen Raum – real werden kann. In diesem Fall würde der Artikel im Video stellvertretend für den Kunden ausgepackt.[29] Allein das Konsumerlebnis beim Zuschauen des Unboxing-Videos spricht für einen realen Gegenstand. Es scheint demnach nicht möglich, den Zustand des Artikels in einem solcher Videos ausschließlich dem virtuellen oder reellen Raum zuzuordnen.

Es lässt sich festhalten, dass die Verpackung den Schwellenraum zwischen Realität und Virtualität darstellt. Ein Artikel wird vom privaten Raum aus im Internet aufgrund der dort gegebenen Informationen ausgesucht. Fassbar und dementsprechend für den Kunden real wird das Produkt erst im Moment des Auspackens, wenn er selbst Aussagen über das Produkt treffen kann. Die Verpackung als Schwellenraum und erstmals als real gewordener Gegenstand verbindet auf diese Weise die reale, greifbare Welt des privaten Raumes mit dem Internet als virtuellem Raum.

Beim Online-Shopping kauft der Kunde metaphorisch Schrödingers Katze im Sack. Bis das Paket beim Käufer angekommen ist und der Artikel ausgepackt vor ihm liegt, kann keine Aussage über den Zustand des Inhalts getroffen werden – entspricht der Artikel den Erwartungen? Die Versandverpackung stellt einen Schwellenraum zwischen Realität und Virtualität dar, der die Vorfreude des Käufers von Beginn der Bestellung bis zum Auspacken des Artikels aufrechterhält.[30] Der Käufer befindet sich in der Beobachterrolle und während der gesamten Wartezeit in einem Zustand der Ungewissheit, zwischen Vorfreude und Angst. Denn bis zum letzten Schritt der Online-Bestellung, dem Auspacken, weiß der Kunde nicht: ist der Artikel defekt oder die Katze lebendig und ‚rappelt im Karton'?

ANMERKUNGEN

1 Osterhage, Wolfgang W.: Studium Generale Quantenphysik: Ein Rundflug von der Unschärferelation bis zu Schrödingers Katze. Springer. Berlin, Heidelberg 2014, S. 114-115.
2 Flagmeier, Renate: Warensubstanz oder Warenerscheinung, Die Produktverpackung zwischen Schutzfunktion und Ästhetik. In: Fisch, Michael; Seiderer, Ute (Hg.): Haut und Hülle, Umschlag und Verpackung, Techniken des Umschließens und Verkleidens. Rotbuch-Verlag. Berlin 2014, S. 151.
3 Vgl. ebd., S. 140.
4 Vgl. Flagmeier: Warensubstanz und Warenerscheinung, S. 140.
5 Vgl. ebd., S. 141.
6 Vgl. ebd.
7 Ebd., S. 145.
8 Vgl. Leitherer, Eugen; Wichmann, Hans: Reiz und Hülle. Warenverpackungen des 19. und 20. Jahrhunderts. Birkhäuser. Basel 1987, S. 149.
9 Vgl. Flagmeier: Warensubstanz und Warenerscheinung, S. 150.
10 Duncker, Goldschmitt, Wittfogel 1972, S. 26f. zit. in: Binder, Harald: Werbung Verpackung Design. Fakten und Materialien. Aspekte des Kunstunterrichts und der visuellen Kommunikation. Klett. Stuttgart 1977, S. 62.
11 Vgl. ebd.
12 Hahn, Hans-Peter: Materielle Kultur. Eine Einführung. Reimer. Berlin 2005, S. 41.
13 Vgl. Beckmann, Clemens; Raab, Martin (Hg.): eCommerce Facts 2.0, repräsentative Studie zum Online-Shopping in Deutschland. Bonn 2000, S. 16f.
14 Ebd., S. 45.
15 Vgl. Kaerlein, Timo; Miggelbrink, Monique; Köhler, Christian: Shopping-Hauls und Unboxing. In: ZfM 2/2013, S. 96.
16 Vgl. Ebd.
17 Flagmeier: Warensubstanz und Warenerscheinung, S. 152.
18 Vgl. ebd.
19 Ebd., S. 150.
20 Ebd.



21 Ebd.
22 Vgl. Beckmann, Raab: eCommerce Facts 2.0, S. 17.
23 Vgl. ebd.
24 Kaerlein, Köhler, Miggelbrink: Shopping-Hauls und Unboxing, S. 96.
25 Ebd.
26 Ebd.
27 Ebd.
28 Ebd.
29 Um die Frage zu beantworten, ob der Artikel in diesen Videos als real oder virtuell angesehen werden kann, müsste sich über die Auffassung von real Gedanken gemacht werden. In diesem Artikel bin ich bei der Begrifflichkeit real von etwas Gegenständlichen, Greifbaren ausgegangen. Nach dieser Definition kann etwas nicht-Greifbares auch nicht konsumiert werden, weshalb die Gegenstände in Unboxing-Videos trotz Beisein des Auspackens nicht als real angesehen werden, sondern dem virtuellen Raum zugeschrieben bleiben.
30 Die Sendungsverfolgung des Pakets ist in diesem Fall das Fenster zwischen dem realen und virtuellen Raum.

LITERATURVERZEICHNIS

Audretsch, Jürgen; Mainzer, Klaus (Hg.): Wieviele Leben hat Schrödingers Katze? B.I.-Wissenschaftsverlag. Mannheim 1990.

Beckmann, Clemens; Raab, Martin (Hg.): eCommerce Facts 2.0, repräsentative Studie zum Online-Shopping in Deutschland. Dt. Post. Bonn 2000.

Binder, Harald: Werbung, Verpackung, Design. Fakten und Materialien. Aspekte des Kunstunterrichts und der visuellen Kommunikation. Klett. Stuttgart 1977.

Flagmeier, Renate: Warensubstanz oder Warenerscheinung. Die Produktverpackung zwischen Schutzfunktion und Ästhetik. In: Fisch, Michael; Seiderer, Ute (Hg.): Haut und Hülle. Umschlag und Verpackung. Techniken des Umschließens und Verkleidens. Rotbuch-Verlag. Berlin 2014, S. 140-153.

Hahn, Hans-Peter: Materielle Kultur. Eine Einführung. Reimer. Berlin 2005.

Kaerlein, Timo; Miggelbrink, Monique; Köhler, Christian: Shopping-Hauls und Unboxing. In: ZfM 2/2013.

Leitherer, Eugen; Wichmann, Hans: Reiz und Hülle. Gestaltete Warenverpackungen des 19. und 20. Jahrhunderts. Birkäuser. Basel 1987.

Osterhage, Wolfgang W.: Studium Generale Quantenphysik. Ein Rundflug von der Unschärferelation bis zu Schrödingers Katze. Springer. Berlin, Heidelberg 2014.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

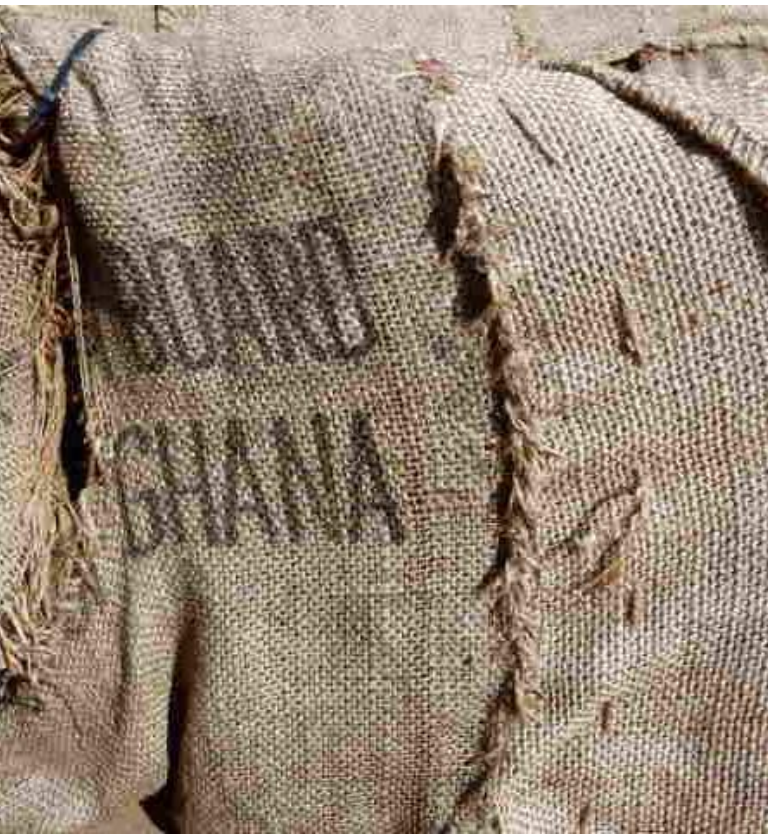
Illustrationen von Anna Scheidweiler

„Das soll ein Kleid sein?“

Verhülltes Bauwerk lässt Raum entstehen

Reportage der Documenta 14

von Hannah Beckmann



Schmutzig, unpassend und beinah gruselig wirken die beiden verhüllten Torwachen-Gebäude, wenn ich sie beim Hinaufgehen der Straße von der Seite erblicke. Die zerschlissenen Jutesäcke, ihre dunklen, fleckigen Farben und die großen Löcher erscheinen in der großen sauberen Stadt Kassel recht fremd. Doch je näher ich komme, desto interessanter wird das Kunstwerk. Die verschiedenen Schriften auf den Jutesäcken machen mich neugierig und ich will alles anfassen, um ein Gefühl von dem zu bekommen, was ich sehe. Jedes Teil ist einmalig: auf manche ist das Wort *Ghana* gedruckt, andere sind kaputt und durchlöchert, wieder andere mit Münzen benäht. Die sich gegenüberstehenden verhüllten Gebäude wirkten zuvor unscheinbar und nicht einladend. Doch sobald ich mich dem Kunstwerk nähere, möchte ich jeden Jutesack wie eine Biographie lesen: Wo kommt er her? Was hat er verpackt? Wer hat ihn befüllt? Welchen Weg ist er gereist? Der Hunger nach Informationen lässt den Besucher in einem leeren Raum stehen: offene Fragen, Verwirrtheit und die Lust auf die Entdeckung des Verborgenen bleiben unbeantwortet und unerfüllt (siehe Abb. 1-4, 7-9).

Die Documenta 14 schafft mit dem Verhüllen von Bauwerken Raum für neue Interpretationen, Aussagen und Blicke. Alte Erinnerungen treffen auf neue, die Vergangenheit kann ein neues Bild bekommen. Die metaphorische Beziehung zwischen Kleid und Raum trägt zum Entstehen neuer Sichtweisen bei, während die sichtbar inszenierte Verbindung zwischen Raum und Kleid die Umgebung und Atmosphäre verändert. Die verhüllten Bauwerke lassen den Besucher sowohl Teil davon sein als auch Teil daran haben.

Abb. 1-3

Die Politik der Räume

Ibrahim Mahama ist ein Künstler, der regelmäßig Bauwerke verhüllt. Der 1987 in Ghana geborene Mahama verschleierte im Jahr 2017 die beiden Torwachen-Gebäude auf der Documenta 14 in Kassel mit zerschlissenen Jutesäcken. Die in Asien hergestellten Säcke gehen um die ganze Welt. Reis, Kakao, Bohnen und Kaffee werden in den festen Jutesäcken verpackt und bis nach Amerika und quer durch Europa verschickt. Das für Ghana wichtige Material symbolisiert den Welthandel und gilt für Mahama als Beweismittel für die kapitalistische Weltwirtschaft. Gleichzeitig sind die Säcke eine individuelle Offenbarung jedes einzelnen Arbeiters: „Wer webt, verpackt, belädt und transportiert, hinterlässt auch seinen Schweiß, seinen Namen, Daten und andere Koordinaten auf den Säcken. Aus den Säcken werden Häute mit Narben, die eine soziopolitische und wirtschaftliche Vorgeschichte erzählen."[1] Die Jutesäcke wurden in Afrika miteinander vernäht. Stillgelegte Bahnhöfe und verlassene Innenhöfe bieten genügend Platz, um die langen Stoffbahnen herzustellen. Auf diese Weise nimmt die verhüllte Skulptur „die Form ihres Herstellungsortes an [und] verkörpert den an diesem Ort herrschenden Geist."[2] Dieser Herstellungsort wirkt aufgrund seiner Raumpolitik weder wohnlich noch einladend, sondern eher einschüchternd und ungemütlich. Durch das Verhüllen der Architektur kann diese Politik allerdings durchkreuzt und verändert werden. Dem Gebäude werden neue Formen und Bedeutungen aufgezwungen, die den Blick und auch das Gefühl gegenüber dem Bauwerk verändern. Das Kleid der Torwache ermöglicht dem Zuschauer Raum für neue Assoziationen, Emotionen. Eine neue Atmosphäre entsteht (Abb. 5-6).[3]

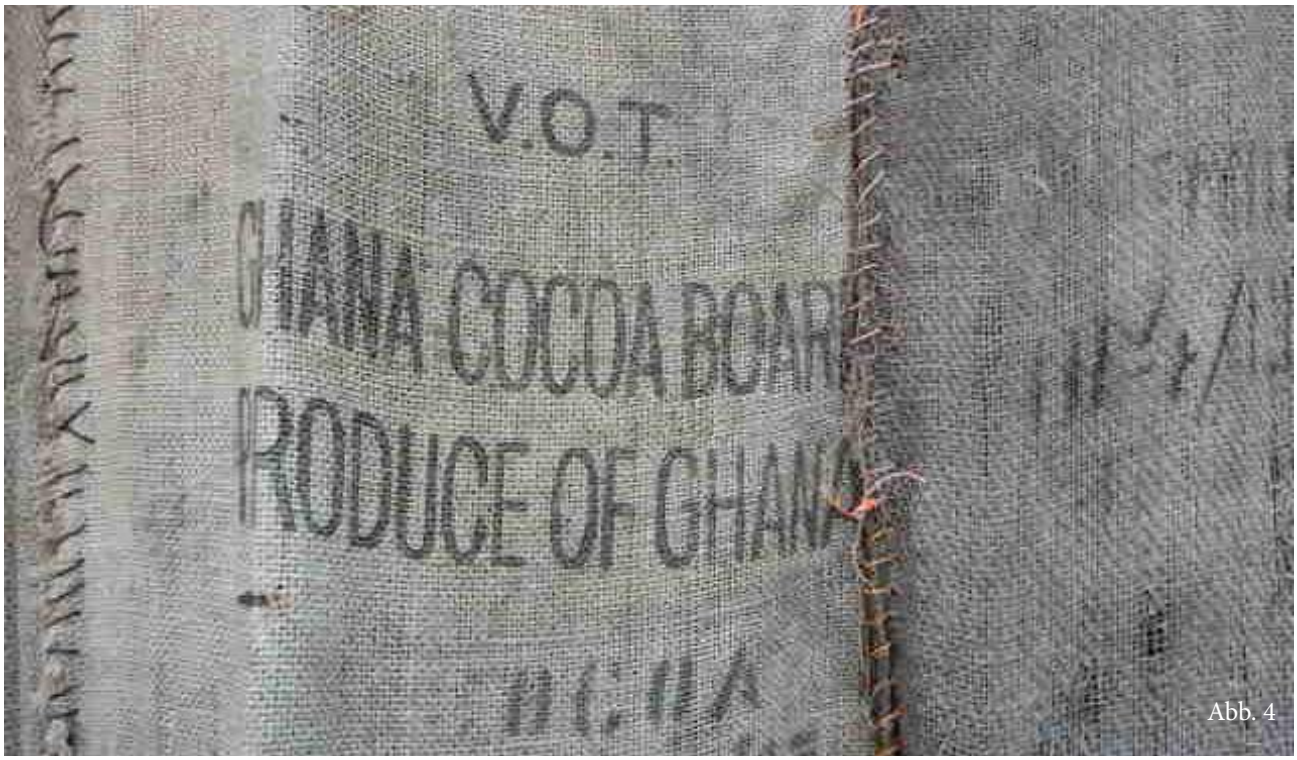


Abb. 4

Abb. 5

„Verhüllte Objekte – Enthüllte Subjekte“[5]

Das verborgene Objekt verliert durch das Kleid seine ursprüngliche Funktion. Dass die Torwache ein Mahnmal für die Opfer von Auschwitz ist und im Reichstag der Bundespräsident gewählt wird, ist zum Zeitpunkt der Verhüllung irrelevant. Die Gebäude werden auf ihre äußere Form reduziert und erlauben neue Assoziationen und Interpretationen. Ein Raum wird geschaffen, der jedoch auch einen Moment der Ausgrenzung beinhaltet. Das Tuch lässt „die Enthüllung in greifbare Nähe rücke[n]“[6], doch gleichzeitig bleibt der „Blick auf das verhüllte Objekt verwehrt“[7]. Das Bedürfnis, die Jutesäcke oder das Tuch herunterzureißen, und die Neugier, zu sehen, was sich darunter verbirgt, wird stärker. Die Ausgrenzung steigert das Verlangen nach dem Verhüllten und hebt die Grenze zwischen Objekt und Subjekt auf. Das Verborgene ist nicht mehr nur Gegenstand des Gebrauchs, sondern wird „zu einem subjekthaften Wesen“[8]. Der verhüllende Stoff wirkt wie eine Haut, welche das Objekt als Subjekt erscheinen lässt. Die verhüllte Torwache und der verhüllte Reichstag erscheinen als Subjekte, die man enthüllen möchte.

„Den Schleier heben“[12]

Der Schleier macht das Objekt zwar erkennbar, aber nicht identifizierbar und steigert damit den Wunsch, diese anzuheben. Das Tuch bildet eine Art Kokon, in dem Raum für Intimität entsteht.[10] Diese Intimität und die Tatsache, dass etwas nicht identifizierbar ist, stellen wiederum eine Distanz her. Auch in verschiedenen Religionen spielt die Verschleierung zur Schaffung von Distanz eine zentrale Rolle. Im Islam beispielsweise gehören Verschleierung und Enthüllung zur Selbstdefinition. In anderen religiösen Kreisen wiederum hat der Schleier kaum eine Bedeutung. Er legt Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener Kulturen offen und erschließt damit einen Raum für Diskurse. Ob Christo & Jeanne-Claude und Mahama diese Absicht mit ihren Kunstprojekten verfolgen, ist hier nicht eindeutig zu beantworten.[11]

Die Documenta 14 findet erstmalig an zwei Standorten – Kassel und Athen – statt und eröffnet so kulturelle Räume. Sie lässt die Besucher geographische und emotionale Distanz erfahren, Sehnsucht und Verlust werden spürbar. Diese Emotionen, die für Flüchtlinge zur Normalität geworden sein müssen, werden nun auch für Einheimische erfahrbar gemacht und führen hoffentlich zu einer Verbundenheit. Es stehen also nicht nur die

Abb. 6

Abb. 7

Kunstwerke selbst im Mittelpunkt, sondern auch die damit verbundenen Empfindungen. Den Schleier letztendlich zu heben, setzt Solidarität voraus. Die Betrachter brauchen eine Verbundenheit, den Wunsch, das Verhüllte zu enthüllen. Es kann belastend sein, diesen Wunsch in sich zu tragen, deshalb vermittelt das Öffnen des Schleiers ein Gefühl von Freiheit. Die Freude, die entsteht, sobald das Tuch fällt, ist räumlich und ganzheitlich spürbar. Eisenstein stellt in diesem Zusammenhang eine Beziehung zwischen der politischen Erhebung und der physischen Erhebung einer Oberfläche her.[13] Mit einer politischen Veränderung und dem Heben des Schleiers entsteht ein Gefühl der Befreiung. Mit anderen Worten: Mit der Wandlung der Sichtweise auf die Politik durch Christo & Jeanne-Claudes und Mahamas Kunstwerke und der Enthüllung der Gebäude fühlen die Besucher Erleichterung. Der innerlich veränderte Blick auf die Vergangenheit wird durch die äußerlich veränderte Gestalt hervorgerufen, wobei die Bauwerke wieder ihre alte Form annehmen.

Die Botschaften

Sollte es die Absicht der hier angeführten Künstler gewesen sein, das Gedankengut der Betrachter zu verändern, während die Fassade unverändert bleibt, ist es ihnen mit diesen Kunstwerken gelungen. Doch die verschriftlichten Botschaften, die hinter den Werken von Christo & Jeanne-Claude und Ibrahim Mahama stecken, haben eine darüber hinausgehende Bedeutung. Mahama erzählt mit der verhüllten Torwache von „Geschichten des globalen Handels […] [,] individuelle[n] Erzählungen von Besitz und Enteignung [und] […] Techniken der Maskierung und Tarnung.“[14] Durch die Jutesäcke wird einiges davon offensichtlich, anderes weniger. Christo & Jeanne-Claude wollten mit dem Wrapped Reichstag den ständigen Wandel der Welt gegenüber der Vergänglichkeit der Dinge darstellen.[15] Dieser Wandel wiederholt sich unentwegt: Krieg, Versöhnung, Wiederaufbau. Dinge sind kurzlebig und enden irgendwann, ebenso wie das verhüllende Tuch verschwunden ist.

Mahama und Christo & Jeanne-Claude haben mit ihren Kunstprojekten der verhüllten Bauwerke aufgezeigt, dass eine Beziehung zwischen Kleid und Raum besteht. Etwas zu verkleiden stellt sowohl Intimität und Nähe zum subjektwerdenden Objekt als auch Ausgrenzung und Distanz her. Es entsteht Raum für Veränderungen. Die Räumlichkeit öffnet sich für Interpretationen und Assoziationen und bietet auf diese Weise eine Freiheit, die die Besucher anzieht.

Abb. 8

Anmerkungen

1 Ndikung, Bonaventure Soh Bejeng. Aus: Latimer, Quinn: Documenta 14 Daybook. Prestel. 2017. (http://www.documenta14.de/de/artists/13704/ibrahim-mahama).

2 Ebda.

3 Vgl. ebda.

4 Vgl. Himmelberg, Wolfgang: Verhüllter Reichstag. Benedikt Taschen. Köln 1995, S. 74f.

5 Ryll, Julia. Aus: Blümle, Claudia: Hinter dem Vorhang. Verhüllung und Enthüllung seit der Renaissance – Von Tizian bis Christo. Hirmer. Düsseldorf 2016, S. 242.

6 Ebda.

7 Ebda.

8 Ebda.

9 Bredekamp Horst. Aus: Blümle, Claudia: Hinter dem Vorhang. Verhüllung und Enthüllung seit der Renaissance – Von Tizian bis Christo. Hirmer. Düsseldorf 2016, S. 174.

10 Vgl. auch: Kolhoff-Kahl, Iris: Je mehr, desto besser – weniger ist mehr. Wie viel Textil braucht man zum Wohnen? In: WEFT 6/2019.

11 Vgl. ebda., S. 174ff.

12 Didi-Huberman, Georges. Aus: Blümle, Claudia: Hinter dem Vorhang. Verhüllung und Enthüllung seit der Renaissance – Von Tizian bis Christo. Hirmer. Düsseldorf 2016, S. 200.

13 Vgl. ebda., S. 200ff.

14 Unbekannt: Torwache. Kassel 2016. (http://www.documenta14.de/de/venues/21736/torwache).

15 Vgl. Marek, Michael: Reichstag verhüllt. 2017. (http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&manu_id=434&tag=25&monat=2&weekd=&weekdnum=-&year=2006&dayisset=1&lang=de).

Literaturverzeichnis

Blümle, Claudia: Hinter dem Vorhang. Verhüllung und Enthüllung seit der Renaissance – Von Tizian bis Christo. Hirmer. Düsseldorf 2016.

Himmelberg, Wolfgang: Verhüllter Reichstag, Berlin, 1971 – 1995. Das Buch zum Projekt. Benedikt Taschen. Köln 1995.

Marek, Michael: Reichstag verhüllt. In: Kalenderblatt. 2017 (http://www.kalenderblatt.de/index.php?what=thmanu&manu_id=-434&tag=25&monat=2&weekd=&weekdnum=&year=2006&dayisset=1&lang=de).

Ndikung, Bonaventure Soh Bejeng. Aus: Latimer, Quinn: Documenta 14 Daybook. Prestel. 2017 (http://www.documenta14.de/de/artists/13704/ibrahim-mahama).

Schlinke, Katrin: Die Reichstagsverhüllung in Berlin 1995. Trier Verlag. Trier 1996.

Unbekannt: Torwache. In: Öffentliche Ausstellung, Documenta 14. Kassel 2016. (http://www.documenta14.de/de/venues/21736/torwache).

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1-9: Beckmann, Hannah: Eigene Fotografien, 2017.

Abb. 9

Abb. 1

DIE PERTURBIERTE FASSADE

DAS ANDERE GESICHT VON ARCHITEKTUR UND MODE

von Irka Glock

Fassade und Kleidung haben vielfältige Verbindungen. Sie bestimmen das äußere Erscheinungsbild der Architektur und des Menschen, spiegeln gesellschaftliche und kulturelle Vorstellungen wider und haben darüber hinaus funktionale und semiotische Parallelen.[1] Ihre Oberfläche ist es, die als erstes wahrgenommen wird und abhängig von diesem ersten Eindruck der Oberfläche werden wir angelockt oder abgeschreckt, sind begeistert, überrascht oder verwirrt. Die Wahrnehmung der Oberfläche ist verknüpft mit individuellen Gefühlen und Zuschreibungen.[2] Eine Bewegung in Architektur und Mode, die vom Menschen verinnerlichte, traditionelle Vorstellungen und Zuschreibungen in Bezug auf ihre Oberflächen herausfordert und neu zu denken zwingt, ist der Dekonstruktivismus, eine Strömung der Postmoderne in den 80er und 90er Jahren des 20. Jahrhunderts.[3] Der Dekonstruktivismus erschüttert, verlagert und verbiegt die traditionellen Strukturen und eröffnet einen neuen Blick auf Struktur, Materialität und Funktion.[4] Er schafft damit ein Bewusstsein, das traditionelle, tiefverwurzelte Vorstellungen von Ästhetik und Schönheit hinterfragt.[5] Die strukturelle, zeichenhafte Ebene ist es, die durch die Dekonstruktion von Fassade und Kleidung bei beiden in den Vordergrund tritt. Dadurch kommen sich Fassade und Kleidung trotz ihrer Unterschiede in Bezug auf Materialität und Ablegbarkeit in ihrer Zeichenhaftigkeit im Dekonstruktivismus besonders nah und sprechen die menschliche Wahrnehmung auf intensive Weise an.

DEKONSTRUKTION

VON DER PHILOSOPHIE ZU HAUS UND KLEID

Die Arbeiten des französischen Philosophen und Poststrukturalisten Jacques Derrida prägten den Begriff der Dekonstruktion ursprünglich in Literatur und Philosophie. Er führte ihn 1967 in seinem Werk „De la grammatologie“ ein. Dekonstruktion ist eine Arbeit mit und in Texten. Die Aufmerksamkeit liegt auf den formalen und linguistischen Strukturen und Konstruktionen, auf ihrer Entschlüsselung und ihrer Demontage. Texte werden kritisch betrachtet und mit dem Ziel, binäre Strukturen zu identifizieren, transformiert.[6] Was hat die Dekonstruktion der Sprache mit der architektonischen Fassade und der menschlichen Kleidung zu tun? Eine erste Verbindung deutet sich durch die Sprache an, die Derrida wählt. Sie ist von architektonischen Begriffen wie Struktur, Konstrukt oder Fundament geprägt. Begriffe, die sich ebenso auf die Grundsubstanz von Architektur und Kleidung übertragen lassen.[7] Darüber hinaus stehen architektonische Strukturen und Strukturen der Kleidung in engem Wechselverhältnis mit der Gesellschaft. Genau wie die Sprache teilen sie uns etwas über die Strukturen der Gesellschaft, in denen sie entstanden sind, mit. Der Transfer der Methode der Dekonstruktion lässt sich jedoch nicht exakt auf Architektur und Kleidung übertragen, er muss angepasst werden.[8] Hoteit stellt dazu in Bezug auf die Architektur fest: „Finally, a deconstructivist architect is not as free as a reader or a philosopher; not all that one can do or apply in language and philosophy can be done and applied in architecture.“[9]

FORM DOESN'T FOLLOW FUNCTION

Einige Architekten begannen in den 1980er Jahren die Grundprinzipien der dekonstruktivistischen Methode auf die Architektur zu übertragen, da sie ein Potential in den analytischen Strategien für die Architektur sahen. Ein wesentlicher Impuls für die Auseinandersetzung mit dem Dekonstruktivismus war der Austausch der Architekten Peter Eisenmann und Bernard Tschumi mit Derrida 1982 im Zusammenhang mit ihrem Projekt *Parc de la Villette*, durch das sie Ideen der Dekonstruktion in ihre Arbeit einfließen lassen wollten. Sie waren der Meinung, dass die Dekonstruktion auch auf die Architektur anwendbar sei.[10] Populär wurde der Begriff in der Architektur durch die gleichnamige Ausstellung im Museum of Modern Art (MOMA) in New York im Jahr 1988. Die Ausstellung führte zu einer neuen Art des Denkens über Strukturen. Der Dekonstruktivismus fand als Stilrichtung

Abb. 2

Eingang in die Architektur.[11] Was macht die dekonstruktivistische Architektur so anders? Dekonstruktion lässt die Fassade eines Gebäudes scheinbar ins Wanken geraten. In der ostwestfälischen Stadt Herford gibt es auch ein dekonstruktivistisches Bauwerk. Mit 180.000 roten Klinkersteinen und 400 Tonnen glänzenden Stahl zählt das Marta Museum in Herford zu einem der ungewöhnlichsten Museen der Region[12] (Abb. 2 und 3).

Herausragende, voluminöse, sich wölbende, silbern glänzende Körper sind schon von weitem auf dem Weg zum Marta erkennbar. Es ist ein scheinbar in sich verworrener, heterogener Baukörper, der dennoch durch seine Formen und deren Anordnung in sich verbunden ist. Hinter der wellenförmigen Fassade befindet sich eine Ausstellungsfläche für zeitgenössische Kunst, Design und Architektur. Dieser elegante Bau, der wie eine tanzende Skulptur wirkt, wurde von Frank Gehry entworfen, einem der wichtigsten Architekten des Dekonstruktivismus, der für seine geschwungenen, gleitenden, kippenden Formen bekannt ist. Mit diesem architektonischen Projekt sollte ein auffälliges, prägendes Bauwerk geschaffen werden, das die Lebendigkeit der Region widerspiegelt.[13]

In der dekonstruktivistischen Architektur werden Gebäude aus geometrischen Formen wie Zylindern, Würfeln, Kegeln, konstruiert und ihre Formen miteinander verwoben. Der traditionelle Architekturentwurf wird durch zerstückelte, fragmentierte, neu zusammengesetzte Elemente ersetzt.[14] Es entstehen Formen, die das Gegenteil von all dem sind, was wir gewöhnlich mit Architektur verbinden.[15] Seit der Antike war die Vorstellung

Abb. 3

von klaren, geometrischen Formen vorherrschend und ist im allgemeinen Bewusstsein eingeschrieben.[16] Die dekonstruktivistische Fassade löst damit sämtliche Prinzipien der gewohnten Architektur, wie Ordnung, Harmonie, Schönheit, Festigkeit, Beständigkeit und Zweckmäßigkeit, auf. Nach Mark Wigley ist die Architektur eine „konservative Disziplin“[17], die durch die Dekonstruktion in ihrer reinen, harmonischen Form gestört wird: „Schon immer träumten Architekten von der reinen Form, wollten […] Dinge schaffen, die alle Instabilität und Unordnung ausschließen sollten.“[18] Die geometrische Reinheit der Form und die Beziehung zwischen Form und Funktion stehen nicht mehr, wie in der Moderne, im Vordergrund. Gehry bedient sich in seinen Arbeiten eines zentralen Konzeptes der dekonstruktivistischen Philosophie: der Dekonstruktion von Gegensätzen. Brüche und Deformationen zeichnet das Marta sowie viele andere seiner Gebäude aus. Die schrägen Wände und schrägen Geometrien erzeugen deformierte Formen, die in Bewegung zu sein scheinen.[19] Hier wirkt nichts stabil. Formen lösen sich mit ihrer Funktion: „Die ganze Fähigkeit zu umhüllen bricht zusammen“[20].

UNDRESSING CONSTRUCTION

Das Konzept der Dekonstruktion fordert nicht nur die Architektur, sondern auch die Kleidung heraus. Anders als in der Architektur wurde der Begriff der Dekonstruktion von außen auf die Kleidung übertragen. Nicht die Designer führten ihn zuerst ein, sondern die Modejournalisten.[21]

Die offizielle Geburtsstunde der dekonstruktivistischen Mode markierte 1981 die Pariser Kollektion der japanischen Designer Rei Kawakubo und Yohij Yamamoto mit *Comme des Garçons*.[22] Kawakubos und Yamamotos Kollektionen stellten mit ihren dunklen Farben und übergroßen Kleidungsstücken einen markanten Bruch zur Mainstream-Mode der 80er dar (Abb. 4).

Die Designs des belgischen Designers Martin Margiela schließlich machten den Begriff der Dekonstruktion für die Mode populär. Margielas Spring/Summer Kollektion aus dem Jahr 1990 wird als die entscheidende Kollektion auf dem Weg des Dekonstruktivismus in die Modewelt angesehen[23], denn Modejournalisten besetzten sie mit dem Begriff Dekonstruktion.[24] Die Dekonstruktion in der Mode führte zu einer Erschütterung ihres, um es in architektonischer Sprache zu sagen, Fundaments. Die Mode der 1970er und 1980er Jahre mit ihren intensiven Farben und glatten Stoffen war Geschichte. Offene, ausgefranste Säume und Kanten, recycelte, wieder neu zusammengesetzte Kleidungsstücke dominierten das Erscheinungsbild dieser neuen Mode. Es ist eine Mode, die den Konstruktionscharakter offenlegt. Margielas Designs waren in den späten 1980er Jahren revolutionär. Wie

Abb. 4

Abb. 5

die japanischen Designer Anfang der 1980er Jahre, wendet er sich gegen traditionelle Vorstellungen der Mode und bricht allgemein anerkannte Regeln des Modesystems.[25] Margiela kehrt das Nichtsichtbare der Kleidung – Nähte, Verschlüsse, Säume – nach außen. Die Konstruktion, die im Inneren Form und Halt geben soll, ist nun sichtbar und befindet sich an der Oberfläche. Dieses nun nach außen gekehrte Gerüst gleicht einem Skelett, einem Skelett der Kleidung[26] (Abb. 5 und 6).
Doch damit nicht genug: Überproportionale Ärmel werden in viel zu kleine Armlöcher genäht, Fragmente, die nicht zusammenpassen, puzzleartig verbunden.[27] In seinen Oversized collections 2000 und 2001 spielt er mit Maßstab, Proportionalität und vorgegebenen Körperidealen und bewirkt dadurch ebenfalls eine Transformation der Funktion des Kleidungsstückes.[28] Er führt geltende Modegesetze ad absurdum. Margiela teilt mit der dekonstruktivistischen Architektur damit die Vorliebe einer genauen Analyse und Auseinandersetzung mit der Konstruktion. Der Vergleich zwischen Margielas Kleidung und Architektur liegt nahe: „For Margiela, the garment is an architecture that ‚fits out' the body, and thus the shares an architectural inquiry into the process and mechanics of construction."[29]

Abb. 6

WENN FASSADE UND KLEIDUNG EINE NEUE SPRACHE SPRECHEN

Die visuelle Wahrnehmung der Fassade und Kleidung nimmt entscheidenden Einfluss auf die individuellen und kollektiven Zuschreibungen. Ihre Oberflächen nehmen in diesem Wahrnehmungsprozess die Funktion eines Zeichens ein. Zeichen und Symbole sind stets ein Element von Interpretation und Deutung.[30] Die dekonstruierte Fassade und das dekonstruierte Kleidungsstück bedienen sich einer neuen Sprache, die die klassischen Prinzipien ihrer Zeichensprache außer Kraft setzt und damit neue Deutungsmöglichkeiten eröffnet. Damit steht die Dekonstruktion auch in engem Zusammenhang mit der Semiotik, der Wissenschaft von sprachlichen und nichtsprachlichen Zeichensystemen. Die Architektursemiotik wurde in den 1960er und 1970er Jahren populär und war eingebettet in den Zusammenhang der Kritik an der Architektur der Moderne und des Funktionalismus.[31] Auch in Bezug auf die Kleidung waren in diesem Zeitraum Fragen der Semiotik Gegenstand der Diskussion.[32] Gleiter stellt für die Architektur die These auf, dass es drei Elemente gibt, die den Zeichencharakter der Architektur bestimmen: das Material, die Figur und die Situation.[33] Diese äußerlichen Zeichen lassen sich auch auf die Kleidung übertragen. Für den Dekonstruktivismus stellen Form, Struktur und Materialität die wesentlichen Zeichen dar, die mit ihrer eigenen Sprache kommunizieren. Im Gegensatz zu sprachlichen Zeichen können architektonische und Kleiderzeichen ihre Zeichenbedeutung und Funktion verwirklichen, sie werden sichtbar. Ein Fenster in der Fassade oder eine Hosentasche im Kleidungsstück stellen nicht nur ein bildhaftes Zeichen dar. Ein Fenster lässt sich öffnen und hindurchschauen, ebenso wie sich in eine Hosentasche etwas legen lässt.[34] Gleiter beschreibt diese Verwendungsweise in Bezug auf architektonische Zeichen als „performativen Akt“[35]. Dieser performative Akt wird jedoch bei der dekonstruierten Fassade außer Kraft gesetzt, denn sie weist, wie oben beschrieben, nicht die traditionellen architektonischen Zeichen, wie Fenster, Türen oder eine Symmetrie auf. Beim Marta lassen sich für den Betrachter von außen keine Fenster erkennen und er hat so keinerlei Vorstellung von dem, was ihn in diesem Gebäude erwartet. Die Fassade erscheint in einem fremden, neuen Kontext, das Gebäude wird zu einem fremdartigen Kunstobjekt. Auch Margiela setzt den gebräuchlichen Zeichencharakter der Kleidung außer Kraft, indem er den unfertigen, unvollkommenen Charakter der Kleidung in den Mittelpunkt setzt. Für ihn steht der kreative Prozess im Zentrum, nicht das fertige Produkt. Seine Designs widersetzen sich einem abschließenden Prozess. Die Kleidung verliert ihre ursprüngliche Funktionszuschreibung als ein makelloses Kleidungsstück und es ist für den Betrachter nicht mehr eindeutig zu erkennen, was der Träger mit seiner Kleidung vermitteln will. Sie kom-

muniziert nicht mehr eindeutig etwas über die Identität des Trägers, ihre Bedeutung wird sozusagen destabilisiert.[36]
Die Dekonstruktion in Frank Gehrys Fassaden und in Martin Margielas Kleidung bewirken eine Verschiebung des eigentlichen Zeichencharakters ihrer Strukturen und stellen so die menschliche Wahrnehmung und visuelle Logik auf den Kopf. Mit ihrer Auflösung der reinen Form repräsentierten sie nicht nur eine neue Ästhetik, sondern auch eine neue Sprache und damit eine neue Form der Kommunikation von Fassade und Kleidung. Es ist eine Sprache, die Fragen und Deutungen offen lässt.[37] Auch wenn sie sich darin unterscheiden, dass die Fassade beständig ist und die Mode ablegbar, so machen sie das Dekonstruktive, Fragmentarische und Provokative zu einem strukturellen Grundbestandteil ihres Erscheinungsbildes. Doch nicht nur die Strukturen werden bei Margielas Mode und Gehrys Marta enthüllt, sondern ebenso die verinnerlichten Einschreibungen.

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Pehnt, Wolfgang: Das Prinzip der Bekleidung. In: Deutsche Bauzeitschrift, 7, 2009, S. 86.
2 Vgl. Lehnert, Gertrud: Raum und Gefühl. In: Dies. (Hg.): Raum und Gefühl. Der Spatial Turn und die neue Emotionsforschung. Bielefeld 2011, S. 9f.
3 Vgl. Geczy, Adam; Karaminas, Vicki: Critical Fashion Practice: From Westwood to van Beirendonck. Bloomsbury Academic. London 2017, S. 33ff.
4 Vgl. Hodge, Brooke: Deconstruction and Architecture: Conflicting interpretations. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007, S. 39.
5 Vgl. Dörhöfer, Kerstin Terlinden, Ulla: Verortungen: Geschlechterverhältnisse und Raumstrukturen. Birkhäuser Verlag. Basel 1998, S. 158.
6 Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Dietrich Reimer Verlag. Berlin 2007, S. 228.
7 Vgl. Hodge, Brooke: Deconstruction and Architecture: Conflicting interpretations. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames & Hudson. New York 2007, S. 38.
8 Vgl. Hoteit, Aida: Deconstructivism: Translation From Philosophie to Architecture. In: Canadian Social Science, Vol.11, No.7, 2015, S. 117.
9 Ebd., S. 117.
10 Vgl. Hodge, Brooke: Deconstruction and Architecture: Conflicting interpretations. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames &

Hudson. New York 2007, S. 44f.
11 Vgl. ebd., S. 39.
12 Vgl. Hofmann, Martin Ludwig; König, Katharina: Der Gehry-Effekt. Eine architektursoziologische Studie über das Marta Herford. Wilhelm Fink Verlag. München 2011, S. 52.
13 Vgl. o.V.: Architektur und Konzept. (https://marta-herford.de/ueber-uns/architektur/, 30.08.2018).
14 Vgl. Hoteit, Aida: Deconstructivism: Translation From Philosophie to Architecture. In: Canadian Social Science, Vol.11, No.7, 2015, S. 122.
15 Vgl. Dörhöfer, Kerstin; Terlinden, Ulla: Verortungen. Geschlechterverhältnisse und Raumstrukturen. Birkhäuser Verlag. Basel 1998, S. 142f.
16 Vgl. ebd., S. 155.
17 Johnson, Philip; Wigley, Mark: Dekonstruktivistische Architektur. Gerd Hatje Verlag. Stuttgart 1988, S. 10.
18 Ebd., S. 10.
19 Vgl. Hoteit, Aida: Deconstructivism: Translation From Philosophie to Architecture. In: Canadian Social Science, Vol.11, No.7, 2015, S. 127.
20 Johnson, Philip; Wigley, Mark: Dekonstruktivistische Architektur. Gerd Hatje Verlag. Stuttgart 1988, S. 18.
21 Hodge, Brooke: Skin+bones: Parallel in Fashion and Architecture. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007, S. 15.
Insgesamt ist der Dekonstruktivismus in der Mode weniger theoretisch untermauert, als in der Architektur, auch wenn er sich in der Mode parallel entwickelte.
Vgl. Hodge, Brooke: Skin+bones: Parallel in Fashion and Architecture. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007, S. 15.
22 Vgl. Mears, Patricia: Fraying the Edges: Fashion and Deconstruction. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007, S. 20ff.
23 Vgl. Granata, Francesca: Deconstruction Fashion: Carnival and the Grotesque. In: Journal of Design History, 2013, Vol.26 No.2, S. 183.
24 Vgl. Zborowska, Agata: Deconstruction in contemporary fashion design: Analysis and critique. In: International Journal of Fashion Studies.Vol.2, No.2, 2015, S. 186f.
25 Vgl. ebd.,S. 189.
26 Vgl. Gill, Alison: Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Vol.2, Issue 1, 1998, S. 31.
27 Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Dietrich Reimer Verlag. Berlin 2007, S. 229f.
28 Vgl. Granata, Francesca: Deconstruction Fashion: Carnival and the Grotesque. In: Journal of Design History, 2013, Vol.26 No.2, S. 187f.
29 Gill, Alison: Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Vol.2, Issue 1, 1998, S. 27.
30 Vgl. Schäfers, Bernhard: Architektursoziologie. Grundlagen-Epochen-Themen. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2006, S. 45.

31 Vgl. Baumberger, Christoph: Neue Arbeiten zur Architektursemiotik: Zur Einführung. In: Zeitschrift für Semiotik. Band 36, Heft 1-2, 2014, S. 4.
32 Vgl. Giannone, Antonella; Calefato, Patrizia: Einleitung. In: Zeitschrift für Semiotik, Band 27, Heft 3, 2005, S. 189.
33 Vgl. Gleiter, Jörg H.: Präsenz der Zeichen. Vorüberlegungen zu einer phänomenologischen Semiotik der Architektur. In: Gleiter, Jörg H.: Symptom Design. Vom Zeigen und Sich-Zeigen der Dinge. Transcript Verlag. Bielefeld 2014, S. 150.
34 Vgl. Gleiter, Jörg H.: Präsenz der Zeichen. Vorüberlegungen zu einer phänomenologischen Semiotik der Architektur. In: Gleiter, Jörg H.: Symptom Design. Vom Zeigen und Sich-Zeigen der Dinge. Transcript Verlag. Bielefeld 2014, S. 151f.
35 Ebd. S. 152.
36Vgl. Granata, Francesca: Deconstruction Fashion: Carnival and the Grotesque. In: Journal of Design History, 2013, Vol. 26 No. 2, S. 185f.
37 Vgl. Hodge, Brooke: Deconstruction and Architecture: Conflicting interpretations. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007, S. 39.

LITERTURVERZEICHNIS

Baumberger, Christoph: Neue Arbeiten zur Architektursemiotik: Zur Einführung. In: Zeitschrift für Semiotik. Band 36, Heft 1-2, 2014.

Dörhöfer, Kerstin; Terlinden, Ulla: Verortungen. Geschlechterverhältnisse und Raumstrukturen. Birkhäuser Verlag. Basel 1998.

Geczy, Adam; Karaminas, Vicki: Critical Fashion Practice: From Westwood to van Beirendonck. Bloomsbury Academic. London 2017.

Giannone, Antonella: Kleidung als Zeichen: Ihre Funktionen im Alltag und ihre Rolle im Film westlicher Gesellschaften: eine kultursemiotische Abhandlung. Weidler Verlag. Berlin 2005.

Gill, Alison: Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Vol. 2, Issue 1, 1998, S. 25-49.

Gleiter, Jörg H.: Präsenz der Zeichen. Vorüberlegungen zu einer phänomenologischen Semiotik der Architektur. In: Gleiter, Jörg H.: Symptom Design. Vom Zeigen und Sich-Zeigen der Dinge. Transcript Verlag. Bielefeld 2014.

Granata, Francesca: Deconstruction Fashion: Carnival and the Grotesque. In: Journal of Design History, 2013, Vol. 26 No. 2, S. 182-198.

Hodge, Brooke: Deconstruction and Architecture: Conflicting interpretations. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007.

Hodge, Brooke: Skin+bones: Parallel in Fashion and Architecture. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007.

Hofmann, Martin Ludwig; König, Katharina: Der Gehry-Effekt. Eine architektursoziologische Studie über das Marta Herford. Wilhelm Fink Verlag. München 2011.

Hoteit, Aida: Deconstructivism: Translation From Philosophie to Architecture. In: Canadian Social Science, Vol. 11, No. 7, 2015, S. 117-129.

Johnson, Philip; Wigley, Mark: Dekonstruktivistische Architektur. Gerd Hatje Verlag. Stuttgart 1988.

Kündiger, Barbara: Fassaden der Macht: Architektur der Herrschenden. E.A. Seemann Verlag. Leipzig 2001.

Lehnert, Gertrud: Raum und Gefühl. In: Dies. (Hg.): Raum und Gefühl. Der Spatial Turn und die neue Emotionsforschung. Transcript Verlag. Bielefeld 2011.

Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Dietrich Reimer Verlag. Berlin 2007.

Mears, Patricia: Fraying the Edges: Fashion and Deconstruction. In: Hodge, Brooke; Mears, Patricia: Skin and bones: parallel practices in fashion and architecture. Thames&Hudson. New York 2007.
Pehnt, Wolfgang: Das Prinzip der Bekleidung. In: Deutsche Bauzeitschrift, 7, 2009, S. 86-89.

Schäfers, Bernhard: Architektursoziologie. Grundlagen-Epochen-Themen. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2006.

Zborowska, Agata: Deconstruction in contemporary fashion design: Analysis and critique. In: International Journal of Fashion Studies.Vol. 2, No. 2, 2015.

Internetquellen:
Marta Herford: Architektur und Konzept. In: Marta Herford. (https://marta-herford-de/ueber-uns/architektur/, 30.08.2018).

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb.1: Dionisio González: Nova Heliópolis III. In: artnet. 2004. (http://www.artnet.com/artists/dionisio-gonz%C3%A1lez/nova-heli%C3%B3polis-iii-a-60YMBNboZEC02I5NFMV41A2, 20.08.2018).

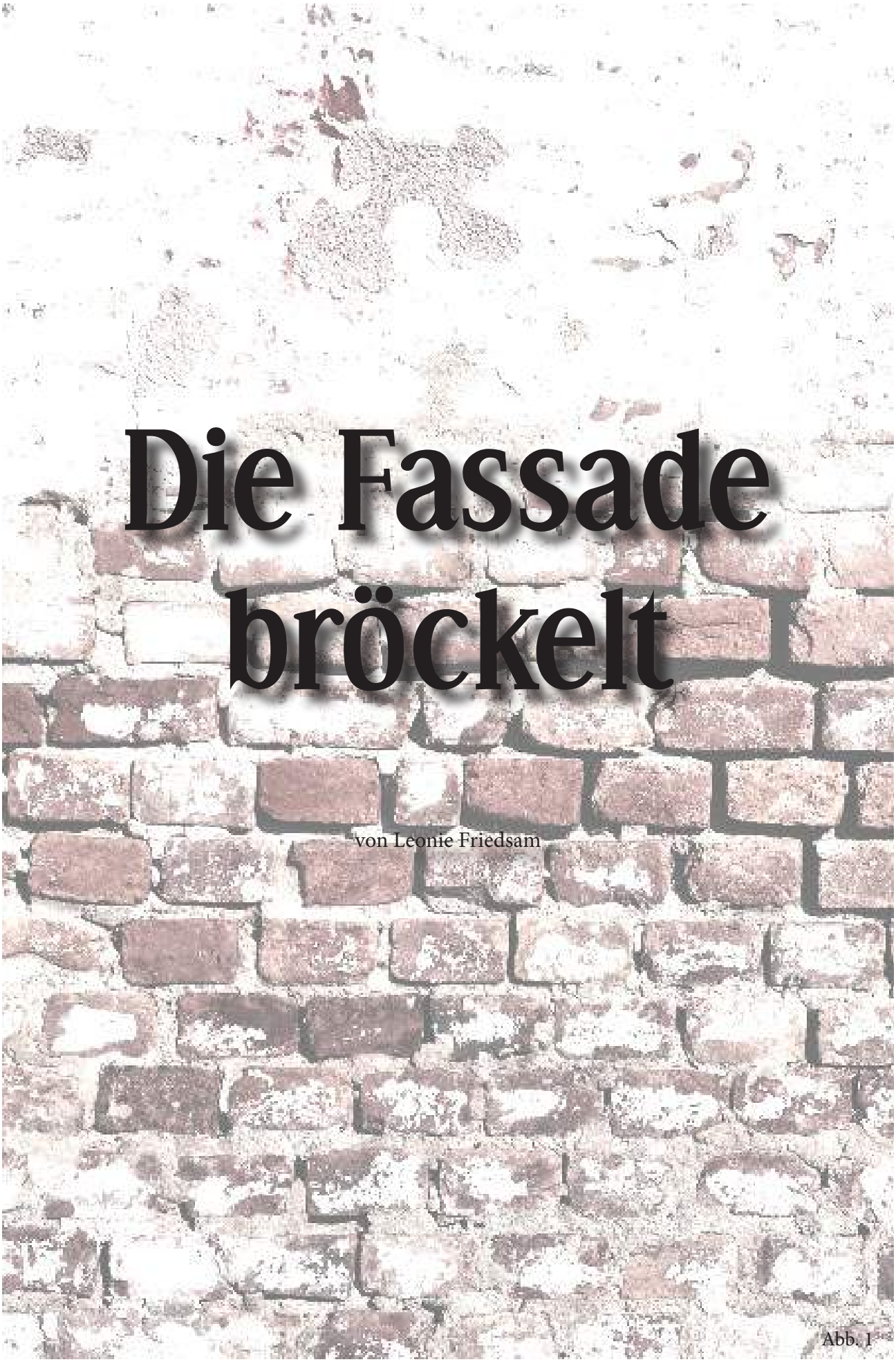
Abb.2: o.V.: Marta Herford, 2011. Foto: rechtsfreie Bilder Marta Herford.

Abb.3: o.V.: Marta Herford, 2011. Foto: rechtsfreie Bilder Marta Herford.

Abb.4: Yohji Yamamoto: Dress 1983 spring/summer. National Gallery of Victoria, Melbourne.

Abb.5: Martin Margiela: Spring/Summer 2006. Foto: Galeria Carla Sozzani. In: Fondazione Sozzani. (http://fondazionesozzani.org/en/past/collezione-artisanal#works, 20.08.2018).

Abb.6: Martin Margiela: Mantel. Foto: Collection MoMu Antwerp, foto Guy Voet for MoMu. In: Margiela, Martin; Debo, Kaat (Hg.): Maison Martin Margiela – 20, the exhibition. MoMu – Fashion Museum. Antwerpen 2008, S. 49.



Die Fassade bröckelt

von Leonie Friedsam

Abb. 1

Abb. 2

Abb. 3

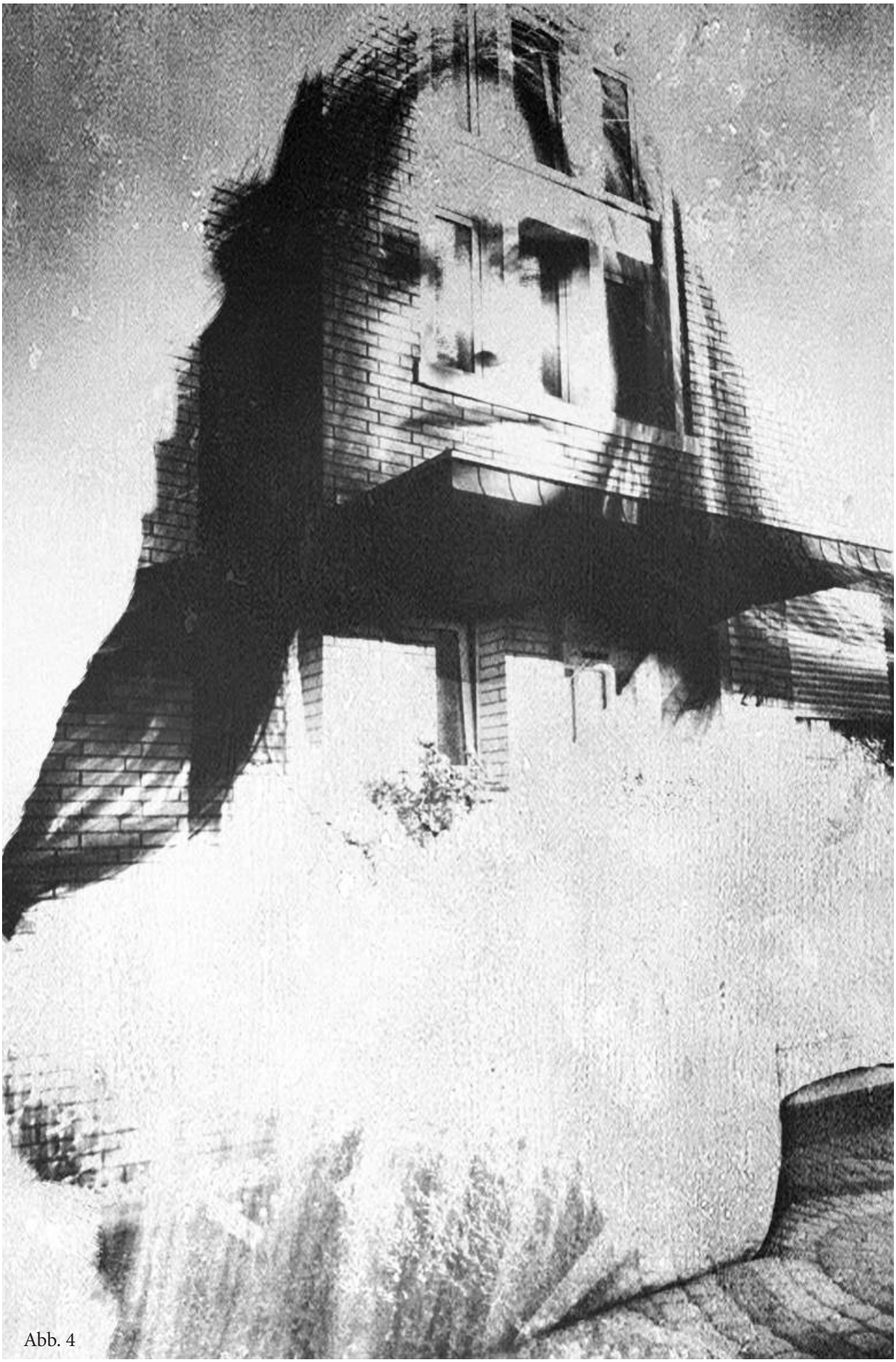


Abb. 4

Abb. 5

Abb. 1: Pixabay.
Abb. 2-6: Friedsam, Leonie: Die Fassade bröckelt. 2018.

WALL of Fashion

WIE DIE FASSADE DEN LAUFSTEG ERSETZT

von Hannah Beckmann

Eine Fassade kann schmücken, für etwas Bedeutendes stehen oder Reichtum symbolisieren. Ralph Lauren zeigt 2010 mit seiner Modenschau „4D Experience Facade Fashion Show“, dass die Fassade auch als Laufsteg fungieren kann. Der US-amerikanische Modedesigner lässt mit Hilfe von Green Screens seine Kollektion an die Fassade seines Flagshipstores in London und New York projizieren. Die modische Projektion ist öffentlich zugänglich und für jedes Publikum erfahrbar. Nicht nur der Verzicht auf den Laufsteg, sondern auch die Unerkennbarkeit des Eventraums lassen den typischen Charakter der Modenschau schwinden. Kann eine Fassade den Laufsteg ersetzen, ohne die räumliche Atmosphäre des typischen Fashionevents zu eliminieren?

Die raumhaltige Fassade

Die Bezeichnung *Fassade* stammt von dem lateinischen Wort „facies“ ab und bedeutet *Gesicht*. Die Front ist dementsprechend das Gesicht des Hauses. Seit dem 17. Jahrhundert ist der Begriff der Fassade in der Architekturgeschichte verschriftlicht, denn die neue Schicht des Bürgertums musste sich aufgrund fehlender adeliger Verwandtschaft mithilfe ihres neuen Reichtums repräsentieren. Eine reich geschmückte Fassade transportiert den Eindruck von Wohlhaben, egal wie es dahinter aussieht. Oft wirkt eine Fassade wie ein Kunstwerk, wodurch Misstrauen bei dem Anblick der attraktiven Hülle entstand: Sie ist schön, gestellt und nicht echt, der Schmuck auf einer Wand.[1] Trotz der frontalen und zweidimensionalen Wirkung der Fassade besitzt sie Räume, die der Betrachter nur indirekt wahrnimmt. Der Kunsthistoriker Peter Stephan sagt: „Es gibt etliche Möglichkeiten, wie ein Gebäude nach außen räumlich wirkt.“[2] Die Fassade in sich ist raumhaltig, denn sie verfügt oft über mehrere Räumlichkeiten, die in der Gesamtwirkung für Tiefe

Abb. 1

Abb. 2

sorgen. Eine kleine Terrasse über dem Eingang des Flagship-Stores in New York (888 Madison Avenue, Manhatten) öffnet die Fassade und damit auch das Stockwerk des Gebäudes (Abb. 1, 4). Durch den entstehenden Vorderraum kann der Zuschauer in die Fassade hineinschauen. Dieser Teil der Fassade ist konstitutiv, da er den wichtigsten Teil Laurens Modenschau ausmacht: Auf einer dreidimensional projizierten Treppe laufen Models mit der neuen Mode hinab und präsentieren seine Kollektion.

Tiefe Fenstereinkerbungen mit kleinen Balkonen bilden den Mittelraum der Fassade. Vorder- und Mittelraum bewirken, dass die Fassade Raum einlässt und sich dem Straßenraum öffnet (Abb. 2).[3] Ralph Lauren zeigt mit seiner Facade Fashion Show, dass es viel kraftvoller ist, eine neue Atmosphäre zu schaffen, als bloß eine neue Kollektion.[4] Eine Atmosphäre entsteht durch Materielles, wie die Bühne oder das Set, und Immaterielles, wie Licht, Musik und Geruch.[5] Laurens Set ist sowohl materiell als auch immateriell und durch die Mischung wird Spannung erzeugt. Während die Aufnahmen der Parfumreihe an die Fassade projiziert werden, wird der Duft dieser im Publikumsraum verbreitet.[6] Die alltägliche Fassade wird zu einem neu entstehenden Raum, der „lokalisierbar und zeitgebunden“[7] und eng an die Atmosphäre geknüpft ist.[8] Die Beziehung zwischen Zuschauer und belebter Fassade ist interaktiv und nicht monologisch, denn der Zuschauer nimmt die Fassade als Dialogpartner wahr. Während der Passant, der alltäglich an dem Gebäude vorbeigeht, keinerlei Emotion verspürt, wird der Zuschauer am Abend von der Modenschau auf der Fassade in den Bann gezogen.

Das wesentliche der Modenschau

Modenschauen fanden schon zu Beginn der Haute Couture (ca. 1858) an ungewöhnlichen Orten statt. Der Designer Paul Poiret beispielsweise lud 1913 zu seiner Modenschau in einem Garten in Paris ein.[9] Üblich für die konventionelle Modenschau ist ein Laufsteg in T-Form, den das Model hinter der Bühne von rechts oder links betritt. Es läuft den Laufsteg bis zum Ende ab, posiert für die Fotografen und läuft wieder zurück.[10] Ralph Laurens Show lief ebenso ab, mit dem Unterschied, dass weder Laufsteg noch Models leibhaftig anwesend waren. Vorherige Aufnahmen des Walks wurden vor einem Green Screen aufgenommen, sodass der Hintergrund anpassbar war und das Video an die Fassade projiziert werden konnte. Die Models betreten den Laufsteg nicht mehr hinter der Bühne, sondern tauchen einfach auf.[11] Dass der Bühnengestaltung kaum Grenzen gesetzt sind, ist schon lange nichts Neues mehr, dementsprechend scheint vieles auf einem Konzept der 70er Jahre zu basieren: *Theatre on location*. Die Designer suchen sich ein Gebäude oder einen Ort in der Natur, der sich zum Bühnenraum machen lässt. Eine bespielte Räumlichkeit entsteht, wobei der Bühnenraum kein abgegrenzter Raum sein muss, sondern mitten unter Zuschauern stattfinden kann.[12] Ralph Lauren nutzt diese Abstraktion und lässt das sonst so simple Gebäude seines Flagship Stores zu einem magischen Ort werden. Die Zuschauer schauen gemeinsam und gebannt in eine Richtung auf die Fassadenshow und erleben ein Gemeinschaftsgefühl, das sie miteinander verbindet. Der Ort des Fashion Events ist nicht nur durch den neu entstandenen dreidimensionalen Raum der Fassade, sondern auch durch die Verbundenheit des Publikums geprägt. Geht es um den Ort einer Fashion Show, meint Kulturwissenschaftlerin Alicia Kühl allerdings etwas anderes als die gesamte Aufmachung des Events. Für sie ist der Ort einer Modenschau die Modemetropole, in der sie stattfindet. New York im Falle Ralph Laurens. Neben diesem sind es die Location und der imaginäre Raum, die zum Raum der Modenschau verschmelzen (Abb. 3).[13] Der Bereich vor der Fassade von Laurens Flagship-Stores, ein „öffentlich zugänglicher Raum“[14], in dem sich die Zuschauer finden, und die Fassade selbst machen die Location aus: Eine genaue Adresse in der Modemetropole. Kühl spricht vom imaginären Raum, dem Vorstellungs raum, der (mit)

Abb. 3

zum Produkt des Designers wird, wenn eine neue Realität entsteht. Der Modemacher verkauft im Rahmen seiner Modenschau nicht nur seine Kollektion, sondern auch die Inszenierung und die imaginäre Räumlichkeit, in die er sie einbettet.[15] In Laurens Facade Show schafft die Fassade zusammen mit der 3D Projektion diese fiktive Räumlichkeit und verwischt damit die Grenze zwischen Location und imaginärem Raum. Da die Fassade durch den 3D-Effekt einen visuell greifbaren Raum bekommt und als Bühne Teil der Location ist, sind die Grenzen der beiden Raumtypen nicht mehr deutlich erkennbar. Der sonst vollkommen fiktive Raum, der bei einer formalen Modenschau durch Inszenierung und Illusion entsteht, ist hier durch die Projektion an die Fassade tatsächlich greifbar. Das macht ihn „zu einem beweglichen und performativen Raum".[16] Dadurch ist die Modenschau immersiv, da sie den Zuschauer in den Bann zieht. Er erlebt seine Leiblichkeit ganz anders und hält den virtuellen Raum für die reale Umgebung.[17] Diese Veränderung in der Wahrnehmung des Zuschauers passiert auch bei jeder formalen Modenschau, allerdings bleibt der fiktive Raum dort fiktiv und ist nicht visuell erfahrbar. Nach Kulturwissenschaftlerin Gertrud Lehnert strukturiert der Mensch diesen abstrakten Raum dann durch sein kulturelles Handeln: durch ihn selbst, seine Bewegungen und Wahrnehmungen entstehen Raumerfahrungen.[18] Der Mensch gibt der Aufführung durch sein kulturelles Handeln andere Räumlichkeiten, die dem Ort des Mode-Events einen Erlebnischarakter zuschreiben. Designer können also „mit illusionistischen Mitteln einen Raum verändern, ihm eine gewisse Stimmung geben, und den Zuschauer durch dessen eigene Vorstellungskraft manipulieren."[19] Ist ein Laufsteg dann überhaupt noch essenziell? Das typische Requisit einer konventionellen Modenschau dient der optimalen Präsentation der Mode: in Bewegung und in Pose. Die Zuschauer sollen sich mit den Models identifizieren können. In Laurens Show an der Fassade ist jedoch kein Laufsteg zu sehen. Dennoch laufen die Models, als wäre einer vorhanden. Ist der in der Modewelt bekannte Runway dann überhaupt notwendig?

Digitale Innovation

Models laufen aus dem Gebäude, wobei die Impression entsteht, dass sie schweben. Durch die Aufnahmen in Green Screen Räumen konnte der Hintergrund ausgeschnitten und bearbeitet werden. Szenen laufender Pferde wurden auf Rennbahnen, ebenfalls mit der Hilfe von Green Screens, aufgenommen. Aufnahmen der Details von Produkten aus Ralph Laurens Kollektion sind in einem Studio in London entstanden. Schatten und andere Lichttechniken sorgen für saubere Übergänge zwischen den Aufnahmen von echten Produkten, Pferden und Models. Die Fassade des Flagshipstores steht dabei in sichtbarer Beziehung mit den Produkten. Ein Pferd galoppiert beispielsweise in den Vorderraum der Fassade, während die Models ihn über eine Treppe betreten. Einige

Abb. 4

architektonische Eigenschaften der Fassade waren ideal für die Show, andere mussten mit Hilfe einer Software noch inszeniert und angepasst werden. Die Fassade wird als Kulisse verwendet, um dynamische Geschichten und Animationen zu zeigen.[20] Dadurch entsteht eine lebendige Architektur, die für die Öffentlichkeit zugänglich ist. Im Jahr 1911 entstand erstmals ein Film als Medium in Bezug auf die Modenschau: Sie wurde aufgenommen. Dadurch konnten nicht mehr nur die geladenen Gäste die Modenschau sehen.[21] Der Unterschied zu Laurens Modenschau ist, dass der Film die eigentliche Modenschau ist. Damit gehört er als Designer zur Kategorie Spectacle, denn es geht ihm primär um die Aufmerksamkeitserregung. Das Bühnenbild, Musik und Licht sind wichtig und geben der ganzen Show eine gewisse Form. Die Mode steht dabei nicht mehr im Mittelpunkt, stattdessen es ist die „effektvolle" Darstellungsweise, die im Fokus steht.[22]

Mit seiner Facade Fashion Show ist Ralph Lauren einer der ersten Designer einer Luxusmarke, der mit Räumlichkeit und Technologie spielt. Es ist „[e]ine historische Fusion aus Kunst, Mode und Technologie" sagt der Modeschöpfer selbst.[23] Durch die Wahrnehmung eines dreidimensionalen Umfeldes öffnet sich dem Zuschauer ein völlig neuer Raum. Die Verbindung von Architektur, Animation und Projektion sorgt für eine Raumerfahrung, die nicht typisch für die formale Modenschau ist. Die Fassade ersetzt den Laufsteg und schafft einen neuen alten Raum: Sie macht den sonst fiktiven Illusionsraum in Form eines 3D-Raums greifbar. Mit seiner künstlerischen Installation wirbt Lauren nicht nur für seine neueste Kollektion, sondern schenkt seinem Publikum eine neue Perspektive: Auch Fassaden können als Laufsteg fungieren.

Anmerkungen

1. Vgl. Hattstein, Markus: Facades – more than a Mask. In: Braun, Markus Sebastian (Hg.): Facades. Architectural Details. Verlagshaus Braun. Berlin 2008. S. 7-8.
2. Stephan, Peter: Der vergessene Raum. Die dritte Dimension in der Fassadenarchitektur der Frühen Neuzeit. Schnell & Steiner GmbH. Regensburg 2009, S. 52.
3. Vgl. ebd., S. 59.
4. Vgl. Kühl, Alicia: Modenschauen. Die Behauptung des Neuen in der Mode. Transcript. Bielefeld 2015, S. 203.
5. Vgl. ebd., S. 206.
6. Vgl. BoF Team: Decoding Ralph Lauren's 4D 'Digital Extravaganza'. In: The Business of Fashion. London. 2010. (https://www.businessoffashion.com/articles/bof-exclusive/digital-scorecard-ralph-lauren-4d-projection-mapping, 10.08.2018).
7. Kühl, Alicia: Modenschauen. Die Behauptung des Neuen in der Mode. Transcript. Bielefeld 2015, S. 207.
8. Vgl. ebd., S. 121.
9. Vgl. Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011, S. 33f.
10. Vgl. Lauren, Ralph: The Official Ralph Lauren 4D Experience – Behind The Scenes. Web, 11.11.2010. In: Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=9VTcxv1-8i4, 10.08.2018).
11. Vgl. Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011, S.33.
12. Vgl. Kühl, Alicia: Modenschauen. Die Behauptung des Neuen in der Mode. Transcript. Bielefeld 2015, S. 230.
13. Ebd., S. 230.
14. Vgl. ebd., S. 230.
15. Ebd., S. 230.
16. Vgl. ebd., S. 231.
17. Vgl. Lehnert, Gertrud: Mode als Raum, Mode im Raum. Zur Einführung. In: Dies. (Hg.): Räume der Mode. Wilhelm Fink. München 2012, S. 10.
18. Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011, S. 31.
19. Vgl. Lauren, Ralph: The Official Ralph Lauren 4D Experience – Behind The Scenes. Web, 11.11.2010. In: Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=9VTcxv1-8i4, 10.08.2018).
20. Vgl. Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011, S. 13.
21. Vgl. ebd., S. 51f.
22. Unbekannt: MPC Creative illuminates Ralph Lauren 4D fashion show in Central Park. In: MPC Moving Picture Company. 2018. (https://www.moving-picture.com/advertising/work/ralph-lauren-polo-4d/, 10.08.2018).

Literaturverzeichnis

BoF Team: Decoding Ralph Lauren's 4D 'Digital Extravaganza'. In: The Business of Fashion. London 2010.
(https://www.businessoffashion.com/articles/bof-exclusive/digital-scorecard-ralph-lauren-4d-projection-mapping, 10.08.2018).

Hattstein, Markus: Facades – more than a Mask. In: Braun, Markus Sebastian (Hg.): Facades. Architectural Details. Verlagshaus Braun. Berlin 2008.

Kühl, Alicia: Modenschauen. Die Behauptung des Neuen in der Mode. Transcript. Bielefeld 2015.

Lauren, Ralph: The Official Ralph Lauren 4D Experience – Behind The Scenes. Web, 11.11.2010. In: Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=9VTcxv1-8i4, 10.08.2018).

Lehnert, Gertrud: Mode als Raum, Mode im Raum. Zur Einführung. In: Dies. (Hg.): Räume der Mode. Wilhelm Fink. München 2012.

Stephan, Peter: Der vergessene Raum. Die dritte Dimension in der Fassadenarchitektur der Frühen Neuzeit. Schnell & Steiner GmbH. Regensburg 2009.

Unbekannt: MPC Creative illuminates Ralph Lauren 4D fashion show in Central Park. In: MPC Moving Picture Company. 2018.
(https://www.moving-picture.com/advertising/work/ralph-lauren-polo-4d/, 10.08.2018).

Waibel, Rebecca: Wie Mode in Szene gesetzt wird. Die Modenschau als Performance-Kunst. VDM Verlag Dr. Müller GmbH & Co. KG. Saarbrücken 2011.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Fotografie von Hannah Beckmann, 2018.
Abb. 2: Wikimedia.
Abb. 3, 4: Pixabay.

Kathrin Fehringer

TEXTIL & RAUM

Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts *Madame Bovary*

[transcript] ■ machina

Abb. 1

BUCHBESPRECHUNG

TEXTIL & RAUM:

VISUELLE POETOLOGIEN IN GUSTAVE FLAUBERTS *MADAME BOVARY* VON KATHRIN FEHRINGER

VON ANNA KAMNEVA UND JUDITH MORCK

Textil schafft Räume. Ausgehend von der sinnlichen Erfahrung der textilen Materialität, den damit verbundenen Techniken und Praxen, die den Lebensalltag des Menschen strukturieren, akkumulieren sich textile Spuren zu Orten der Verdichtung soziokultureller Energie[1] und münden in soziale, ethnische, geschlechtliche, altersbezogene Vernetzungen: „Ich meine […], daß der Mensch ein Wesen ist, das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt ist, wobei ich Kultur als dieses Gewebe ansehe“[2], postulierte Clifford Geertz. Kathrin Fehringers Buch „Textil und Raum“ untersucht textile Motive in Flauberts „Madame Bovary“[3], die nicht nur textile Topologien innerhalb des Romans aufmachen, sondern auch als roter Faden für intertextuelle und intermediale Verbindungen dienen. Wir besprechen das Buch aus textilbezogener Perspektive: Lässt es neue Räume im Spannungsverhältnis zwischen Textil und Literatur entstehen?

In ihrer Dissertationsschrift „Textil & Raum: Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts ‚Madame Bovary‘“[4], die 2017 als Teil der Reihe „machina“ im transcript Verlag erschienen ist, will Kathrin Fehringer aufzeigen, wie Flaubert einerseits seine Protagonistin Emma Bovary als textile Handarbeiterin in Verwandtschaft mit der Heiligen Jungfrau Maria, Homers Penelope[5] und Ovids Arachne[6] modelliert und sich andererseits als textilen Erzähler inszeniert. Sie stellt die These auf, dass es sich bei Flaubert nicht, wie meist angenommen, um einen *webenden*, sondern um einen *stickenden* Erzähler handle.

EIN STICKENDER ERZÄHLER?

Um Flaubert als einen textilen, stickenden Erzähler zu etablieren, nähert sich Fehringer anhand von Briefen seinen visuellen Poetologien im literarischen Erzählen an, die er überspitzt auf die Figur der Emma Bovary überträgt. Fehringer skizziert die Handarbeit als weibliche Beschäftigung, welche die Tugendhaftigkeit der Frau bewahren sollte, obgleich sie häufig im legal sexualisierten Raum, dem Schlaf- oder Ehegemach, stattfand. Flauberts Roman entstand im Kontext der Industrialisierung und der textilen Revolution, als zahlreiche Textilwerkstätten in und um Paris und Rouen erbaut wurden. Die gravierenden Auswirkungen des industriellen Fortschritts auf die Gesellschaft kritisiert Flaubert, indem er die Textilindustrie, die als ganzer Stolz Frankreichs betrachtet wird, als Entfremdung von der Natur und der Welt bezeichnet.

TEXTILE HANDARBEIT IN DER LITERATUR

Die Bedeutung textiler Handarbeit untersucht Fehringer anhand vier weiterer literarischer Beispiele: *Madame Couaen*[7], *Marie Arnoux*[8], *Frau Dörr*[9] und *Effi Briest*[10]. Sie erläutert den marianischen Diskurs dieser Bücher mit Bezug zu „Madame Bovary" anhand von Farben, Fäden, textilen Techniken der Wohntextilien und Kleidung der Figuren. Fehringer versteht Homers Figur der Penelope, die durch das wiederholte Auflösen des von ihr gewebten Leichentuches symbolisch die Zeit aufhält, als die Urahnin textilarbeitender literarischer Frauen. Durch ihre handwerkliche Tätigkeit strukturiert sie Raum und Zeit und macht sie ästhetisch begreifbar. Sie zeigt intertextuelle und intermediale Bezüge der Madame Bovary zu anderen textilen Handarbeiterinnen auf: die *Heilige Maria* aus Jakobus Protevangelium[11], Tennysons *Lady Shalott*[12], Rossettis *The childhood of Mary virgin*[13] und van Eycks *Emilia im Rosengarten*[14]. Alle Frauen weben in Erwartung ihres Gatten in einem Garten an einem sakralen Tuch. Bei Flaubert figuriert der marianische Garten als Raum ewiger Erwartung und damit als Ausdruck der bürgerlichen Hölle. Die Gartentür symbolisiert dabei die Schwelle zur Überwindung der Jungfräulichkeit. Die textile Tätigkeit transformiert einen Naturraum zu einem textilen Raum und dient dabei als Abwehr vor etwas Bösem, wie Verführung oder Flüchen. Dies verdeutlicht Fehringer am Beispiel von Effi Briest, die zu Beginn des Buches als Heilige Maria – wie auf Rossettis Gemälde „*The childhood of Mary virgin*" – inszeniert wird. Dabei sitzt sie mit ihrer Mutter auf ihren zukünftigen Ehemann wartend im Garten und stickt an einem Altartuch. Dagegen wird Emma Bovary, die als jungfräulich stickende Maria im Bauernhof in Erwartung ihres (erlösenden) Gatten vorgestellt wurde, im späteren Verlauf des Romans durch die

Augen der begehrenden Männer als erotische Verschmelzung von Maria und Eva inszeniert. Diese Entwicklung zeigt sich auch in Emmas Garten in ihrem neuen Haus im Dorf Yonville. Wenn die Gärten zuvor als einschließender Hortus Conclusus (Schutzraum) mit Gipspfarrern inszeniert wurden, so findet hier eine Verschmelzung des Hortus Conclusus mit dem Garten Eden, dem Raum der Versuchung und Verführung, statt.

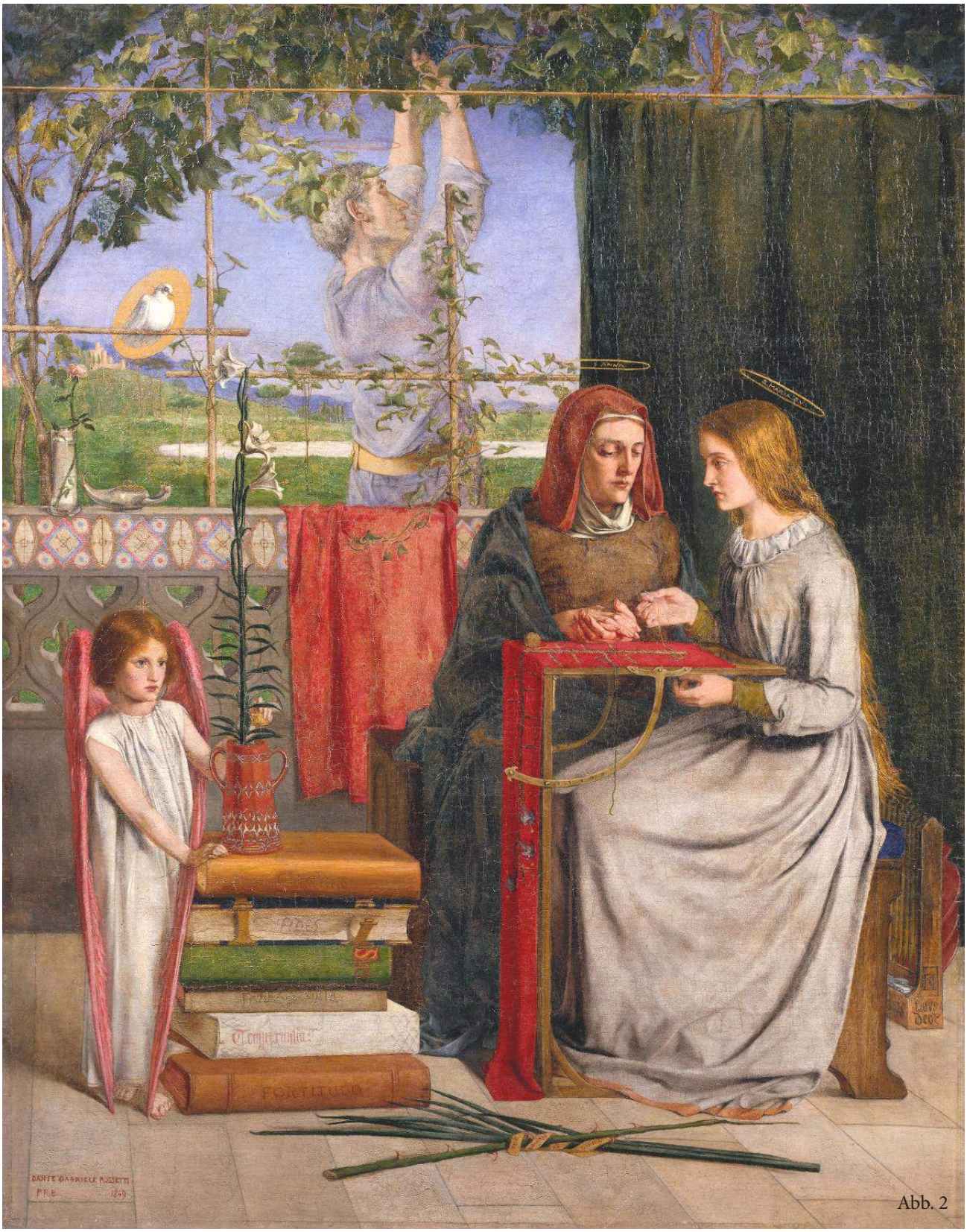


Abb. 2

RÄUME IN MADAME BOVARY

Fehringer betont, dass Flaubert Räume durch Herstellung intermedialer Bezüge erzeugt. In der Beschreibung der Stadt- und Gartenräume nimmt Flaubert Bezug auf im 18. Jahrhundert bekannte literarische Bilder, die als Mittel zu einer Vorausdeutung der Handlung dienen. Ein Beispiel dafür ist Yonville: Der vermeintlich glückliche Lustort wird zum Locus Terribilis. Die Kirche als erste Gebäudebeschreibung des neuen Stadtraumes verheißt zunächst Glück, Zufriedenheit und Seelenheil. Doch bald darauf wird die Markthalle im Stil von Balzacs Locus Terribilis beschrieben. Der religiöse Diskurs als Heilsversprechen schlägt in einen ökonomischen Diskurs des unglücklich endenden Konsums um.

DIE ROLLE DES ERZÄHLERS IM ROMAN

Im Anschluss an die Beschreibung der Inszenierung der Emma Bovary als Maria, die textile Handarbeit als Verbildlichung des Wartens und der Bewahrung der Tugend, Yonville als Gartenmetapher des Hortus Conclusus und Locus Terribilis bezieht Fehringer ihre Analyse von „Madame Bovary“ auf den Autor selbst. Sie behauptet, dass sich Flaubert als Erzähler wie Minerva in Ovids „Metamorphosen“ inszeniere und somit einen neuen Erzählstil etabliere. Sie bezieht Flauberts linke, verletzte Hand in ihre Analyse ein und sieht darin eine Übertragung auf seine Figur der Emma Bovary: „Sehen und erzählen, berühren und verstehen ist in ‚Madame Bovary‘ also über Oberflächen, Texte und Bilder an die Hand gekoppelt, die mit der Heldin die Gesten des Autors sichtbar macht. Mit ihnen führt der Text Gesten der beständigen Wiederholung und ihre verschiedenen Techniken vor: Zitatpraktiken, Nachäffen, Nachstellen, Kopie, Reproduktion“[15], Sticken, Nähen, Kartenlesen.

RESÜMEE

Fehringers Dissertation wirft einen beachtenswerten Blick auf das Spannungsverhältnis von Text, Textil und Raum und liefert im methodischen Aufzeigen der intertextuellen und intermediären Verbindungen weitreichende Interpretationsansätze, um Handwerk und Geisteswerk über den Aspekt der Räumlichkeit miteinander zu verknüpfen. Aus textilwissenschaftlicher Perspektive erweisen sich allerdings nicht alle aufgestellten Thesen als gleichermaßen einleuchtend. Anhand von verschiedenen literarischen Motiven wie der stickenden Maria im Garten oder der webenden Penelope macht sie in ihrer Projektion auf Madame Bovary überzeugend deutlich, dass textile Tätigkeiten Raum und Zeit erzeugen können: Geografische, soziale, literarische Orte werden symbolisch aufgeladen und so zu textilen Bereichen transformiert. Da das Buch auf die Räumlichkeit des Textilen selbst in diesem Zusammenhang kaum eingeht, erweist sich der Titel als irreführend. Außerdem stößt die Hauptthese, es handele sich bei Flaubert um einen stickenden statt webenden Erzähler, aus der Perspektive der textilen Techniken an ihre Grenzen, sobald die Ebene der visuellen Poetologien verlassen wird. Um Flaubert als stickenden Erzähler zu etablieren, kommt die technische Auseinandersetzung mit den für die Analyse essentiellen textilen Techniken zu kurz. Interdisziplinäre Verschränkungen sind häufig nur auf der Ebene der Metaphern übermittelbar, die einen großen Interpretationsraum bieten und eine strikte Festlegung auf nur eine textile Technik (Sticken statt Weben) angreifbar machen. Handelt es sich nicht eher um eine „Ansammlung verschiedenster Materialien und Techniken zur Herstellung eines Textils - Baumwolle und Samt, Fischbein und Pappe, komplizierte Stickerei und gedrehte Kordel, Goldfäden und Kaninchenhaare“[16], wie Fehringer bereits treffend die Mütze des jungen Charles Bovary beschreibt? Denn die intertextuellen Verknüpfungen, die sie als Struktureigenschaften des stickenden Erzählens anführt, lassen sich ebenso anhand von textilen Techniken des Vernetzens, des Knotens, des Flickens, Bricolierens, Stopfens, Filzens akkumuliert veranschaulichen. Wenn textile Tätigkeiten Hand- und Kopfarbeit verbinden und Erzähltechniken und Strukturen prägen, führt dies zur Entstehung von ästhetisch-praktisch und symbolisch aufgeladenen, geordneten, systematisierten, aber auch irreduzierbar komplexen, chaotischen, subversiven Verstrickungen im Kulturgewebe.

Kathrin Fehringer
Textil & Raum. Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts Madame Bovary
Transcript
Bielefeld 2017
416 Seiten
ISBN: 978-3-8376-3930-8
44,90€

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele; Schack, Nina; Jenß, Heike (Hg.): Kulturanthro-pologie des Textilen. Ed. Ebersbach. Bamberg 2005, S. 253.
2 Geertz, Clifford, zit. in: Lehnert 2005, S. 252.
3 Vgl. Flaubert, Gustave; Edl, Elisabeth (Hg.): Madame Bovary. Sitten in der Provinz. Hanser. München 2012.
4 Fehringer, Kathrin: Textil & Raum. Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts Madame Bovary. transcript Verlag. Bielefeld 2017.
5 Vgl. Homer: Odyssee. In der Übertragung von Johann Heinrich Voß. Winkler-Verlag. München 1967.
6 Vgl. Ovidus Naso, Publius: Metamorphosen. Heimeran. München 1979.
7 Vgl. Sainte-Beuve, Charles Augustin: Volupté. S.E.P.E. Paris 1947.
8 Vgl. Flaubert, Gustave: Die Erziehung des Herzens – Der Roman eines jungen Mannes. List. München 1956.
9 Vgl. Fontane, Theodor: Irrungen, Wirrungen. Insel-Taschenbuch. Frankfurt am Main 1996.
10 Vgl. Fontane, Theodor: Effi Briest. In: Brandl, Willy (Hg.): Ausgewählte Werke in 5 Bänden. Band 2. Kohlhammer. Stuttgart 1994.
11 Vgl. O.A.: Protevangelium des Jakobus. In: Michaelis, Wilhelm (Hg.): Die apokryphen Schriften zum Neuen Testa-ment. Schünemann. Bremen 1956, S. 62-95.
12 Vgl. Tennyson, Alfred: The Lady of Shalott. In: Poems of Tennyson. Nelson. London 1960. S. 37-41.
13 Vgl. Rossetti, Dante Gabriel: The childhood of Mary virgin. 1848-1849.
14 Vgl. Van Eyck, Barthélemy: Emilia im Rosengarten. Anjou um 1460.
15 Fehringer, Kathrin: Textil & Raum, S. 382.
16 Ebd., S. 83.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Buchcover.
(https://www.transcript-verlag.de/media/image/e1/a0/aa/9783837639308bQOX35n7B4tHS.jpg, 16.01.2019).
Abbildung 2: Rossetti, Dante Gabriel: The childhood of Mary virgin. 1848-1849.
(www.wikimedia.de, 16.01.2019)

LITERATURVERZEICHNIS

Fehringer, Kathrin: Textil & Raum. Visuelle Poetologien in Gustave Flauberts Madame Bovary. transcript Verlag. Bielefeld 2017.

Flaubert, Gustave: Die Erziehung des Herzens – Der Roman eines jungen Mannes. List. München 1956.

Flaubert, Gustave; Edl, Elisabeth (Hg.): Madame Bovary. Sitten in der Provinz. Hanser. München 2012.

Fontane, Theodor: Effi Briest. In: Brandl, Willy (Hg.): Ausgewählte Werke in 5 Bänden. Band 2. Kohl-hammer. Stuttgart 1994.

Fontane, Theodor: Irrungen, Wirrungen. Insel-Taschenbuch. Frankfurt am Main 1996.
Homer: Odyssee. In der Übertragung von Johann Heinrich Voß. Winkler-Verlag. München 1967.

Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele; Schack, Nina; Jenß, Heike (Hg.): Kul-turanthropologie des Textilen. Ed. Ebersbach. Bamberg 2005.

O.A.: Protevangelium des Jakobus. In: Michaelis, Wilhelm (Hg.): Die apokryphen Schriften zum Neu-en Testament. Schünemann. Bremen 1956.

Sainte-Beuve, Charles Augustin: Volupté. S.E.P.E. Paris 1947.

Tennyson, Alfred: The Lady of Shalott. In: Poems of Tennyson. Nelson. London 1960.